

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

JOÃO CUBAS MARTINS

O DESAFIO DA MIGRAÇÃO AM-FM EM RÁDIOS NO PARANÁ

**CURITIBA
2020**

JOÃO CUBAS MARTINS

O DESAFIO DA MIGRAÇÃO AM-FM EM RÁDIOS NO PARANÁ

Projeto de pesquisa apresentado como requisito parcial para aprovação na disciplina de Trabalho de Conclusão II no curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo – da Universidade Federal do Paraná, sob orientação do professor Dr. Elson Faxina.

CURITIBA

2020

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –	Linha do tempo da regulação da migração AM/FM no Brasil	27
Figura 2 –	Linha do tempo da história do rádio no Brasil, por década.....	28
Figura 3 –	Distribuição das migrações para FM por região geográfica intermediária no Paraná.....	33
Figura 4 –	Distribuição geográfica das emissoras pesquisadas	38

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Classificação da escuta de acordo com autores	12
Quadro 2 – Características da mídia privada, na visão de Lima(2011).....	20
Quadro 3 – Interações dialógicas no rádio em convergência.....	23
Quadro 4 – Características e origens dos sistemas de rádio digital.....	25
Quadro 5 – Números da migração no Brasil e no Paraná	32
Quadro 6 – Relação das emissoras contatadas na pesquisa	38
Quadro 7 – Principais aspectos apontados pelas emissoras pesquisadas	51

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	6
1.1	DELIMITAÇÃO DO TEMA	7
1.2	FORMULAÇÃO DO PROBLEMA	7
1.3	JUSTIFICATIVA.....	7
1.4	OBJETIVOS.....	8
1.4.1	Objetivo Geral.....	8
1.4.2	Objetivos Específicos.....	9
2	O RÁDIO E O OUVIR.....	10
2.1	O QUE É O RÁDIO HOJE?	10
2.2	A EVOLUÇÃO DO OUVIR.....	11
2.3	TECNOLOGIA E SEGMENTAÇÃO	14
3	O RÁDIO NO BRASIL E NO PARANÁ.....	16
3.1	O INÍCIO	16
3.2	O RÁDIO E A RELAÇÃO COM O PODER	17
3.3	RÁDIO FM, SEGMENTAÇÃO E CONVERGÊNCIA	21
3.4	A DIGITALIZAÇÃO E O PROCESSO DE MIGRAÇÃO	24
3.5	O RÁDIO NO PARANÁ.....	30
4	METODOLOGIA.....	34
4.1	MEMORIAL DA PESQUISA	38
5	RESULTADOS	40
5.1	ASPECTOS TÉCNICOS	41
5.2	MERCADO E AUDIÊNCIA.....	43
5.3	ADAPTAÇÕES DE EQUIPE E PROGRAMAÇÃO	46
5.4	INVESTIMENTOS.....	48
6	CONCLUSÃO	52
	REFERÊNCIAS	55
	APÊNDICES	61

1. INTRODUÇÃO

O aumento da interferência nos aparelhos receptores e a produção cada vez menor de rádios que ofereçam a sintonia de emissoras AM motivaram o governo federal a estudar, nos últimos anos, a possibilidade de migração dessas emissoras para o FM.

A princípio, isso pareceu possível com o uso da faixa estendida, entre 76 e 87 MHz, utilizada anteriormente nas transmissões de TV analógica. Essa faixa é anterior à utilizada pelo rádio FM, que vai de 88 a 108 MHz.

Porém, estudos do Ministério das Comunicações revelaram que, em várias cidades do interior do Brasil, essa migração é possível na faixa atual. Desde 2016, várias emissoras vêm fazendo este processo. Até o final de agosto de 2020, 726 emissoras mudaram do AM para o FM, sendo o Paraná o estado em que este processo aconteceu em maior número, com 94 emissoras migrantes (TUDO RÁDIO, 2020).

Nas grandes capitais, como Curitiba, a migração ainda não foi possível devido ao congestionamento do espectro, ou seja, não haveria espaço para todas no *dial* convencional. Até o momento, nenhuma rádio brasileira migrou para a faixa estendida do FM. Com o desligamento da TV analógica, havia a expectativa para que este processo começasse em 2019, porém, até a conclusão deste trabalho, isso ainda não ocorreu.

Este trabalho propõe um estudo sobre o processo da migração em rádios no interior do Paraná, que conseguiram espaço dentro da faixa tradicional de FM. Por meio da aplicação de questionários e entrevistas, esta pesquisa analisa as variáveis envolvidas nas concessões de rádio brasileiras e os custos para migração da tecnologia em dez rádios sediadas no interior do estado do Paraná, e que realizaram a migração de faixa entre os anos de 2017 e 2020. Houve consulta também à assessoria tecnológica da Associação das Emissoras de Rádio do Paraná (AERP), encarregada da parte burocrática para que essa migração ocorra. Fatores como programação, adaptação da equipe, cenário de concorrentes e a inviabilidade econômica e tecnológica para permanência na faixa AM são alguns dos relatos apresentados por essa assessoria e pelos radiodifusores.

A grande motivação deste trabalho foi entender se essa migração significou uma opção vantajosa para essas emissoras, tanto do ponto de vista da competitividade econômica, com melhor qualidade de som e a possibilidade de ter

um novo público, quanto um desafio em relação à necessidade de mudanças de programação. Muitas vezes, esse processo poderia exigir uma espécie de fechamento de uma emissora e de sua história para dar início a uma “nova”, com características bem diferentes das que tinha na faixa antiga.

Embora seja um TCC realizado na habilitação em jornalismo, o trabalho a seguir não envolve aspectos específicos do radiojornalismo nesse novo contexto. Como se trata de um processo recente, seria muito cedo analisar fatores como rotinas produtivas das rádios migrantes e a análise de conteúdo jornalístico por elas veiculado, ainda que esse tema apareça tangencialmente nas referências e nos depoimentos dos radiodifusores ouvidos nesta pesquisa. De qualquer maneira, pesquisar e acompanhar esse processo de migração, forçada pelo desenvolvimento tecnológico no campo das mídias tradicionais, como o rádio, precisa ser entendido também como um fazer jornalístico.

1.1 DELIMITAÇÃO DO TEMA

O foco do trabalho é fazer uma pesquisa de campo em rádios do interior do Paraná que migraram da faixa AM para FM, para verificar quais as variáveis que interferiram nessa transferência de tecnologia, envolvendo custos, programação, compromisso social e mudança de público. A partir dessa delimitação partiu-se para a formulação dos problemas que moveram esta pesquisa, que podem ser assim resumidos:

- a) Como rádios AM do interior do Paraná se adaptaram à mudança para a frequência FM?
- b) Quais são os custos envolvidos na migração dessas emissoras?
- c) Houve mudança de programação e de pessoal com essa mudança?
- d) Como é o cenário frente a concorrentes que já estavam na faixa FM?
- e) A migração foi a melhor solução para viabilidade da empresa?
- f) Como a mudança afetou a cobertura de sinal e a audiência dessas emissoras?
- g) Qual foi a contribuição social da migração para a comunicação e sociedade paranaenses?

1.2 JUSTIFICATIVA

Em um cenário de transformações tecnológicas e perda de audiência, há o incentivo por parte de governos e instituições da área, como a Associação das Emissoras de Radiodifusão do Paraná (AERP), para que a migração aconteça. Há de

se considerar também que o rádio ocupou em 2019 a quinta posição em investimento publicitário no Brasil, com 4,4% do total, atrás da TV aberta, Internet, mídia exterior e TV por assinatura (LEMOS, 2020).

Sob este aspecto, Kischinhevsky (2016) afirma que o rádio, em especial o AM, corre o risco de morrer por inanição. Por isso, na visão do autor, é preciso avançar com bases sólidas para investimentos públicos e privados, que permitam um futuro sustentável para indústria da radiodifusão sonora, em que o rádio permaneça como habitante de destaque no ecossistema midiático.

Ainda que seja um meio de difusão que perde espaço em publicidade, o rádio é um importante meio de comunicação, que se adapta às mudanças tecnológicas e sociais. As pesquisas acadêmicas sobre o processo de migração das rádios AM são muito recentes. Entre as primeiras obras sobre o assunto, destaca-se a publicação de Nair Prata e Nélia Del Bianco (2018) que produziram, em conjunto com pesquisadores de todo o país, um panorama sobre as rádios migrantes.

Em pesquisa realizada por Silva *et al*, também de 2018, as rádios migrantes do interior do Paraná apontaram a melhoria da qualidade de som como o principal motivo para a migração. Houve mudança de programação na maioria das rádios, no todo ou em partes, com a inserção de novas vinhetas, programas e no segmento musical. Silva *et al* (2018) apontam que como a migração é uma exigência da legislação, portanto, migrar de AM para FM é uma questão de necessidade para as rádios. Porém, faltam instrumentos para que essas rádios conheçam efetivamente seus públicos, “para assim, traçar novas estratégias e possibilidades de transformações para as emissoras agora em tempos de transmissão em FM” (SILVA *et al*, 2018, p. 247).

Pelo exposto, faz-se necessário um estudo sobre a realidade de emissoras que fizeram a migração recentemente. Os resultados poderão embasar novos estudos que poderão ajudar o radiodifusor e outros pesquisadores a entender os fenômenos comunicacionais, em um contexto em que a tecnologia os deixam cada vez mais dinâmicos.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo Geral

Entender o processo de migração, do ponto de vista tecnológico, econômico

e de programação, das rádios AM para FM, com foco em um grupo representativo, em relação ao total das emissoras migrantes no Paraná.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Abordar o histórico das rádios AM no Brasil e no Paraná;
- Discutir quais são os aspectos políticos, tecnológicos e econômicos envolvidos no processo de migração;
- Identificar mudanças de programação realizadas em consequência da mudança de faixa e, possivelmente, de público;
- Verificar como ficou o cenário de competição com outras emissoras da região após a migração;
- Visualizar as mudanças que foram necessárias à adaptação das equipes para trabalhar na nova faixa;
- Verificar outras questões relevantes sobre a migração de faixa advindas dos comentários dos radiodifusores durante as entrevistas e questionários.

2. O RÁDIO E O OUVIR

Neste capítulo, serão apresentados os conceitos de rádio e os modos de interação que caracterizam este meio de comunicação.

2.1 O QUE É O RÁDIO HOJE?

Até a virada do século, o conceito de rádio dado por McLeish (1999) poderia ser resumido em uma trajetória que se expandiu até se tornar um meio universal. “Percorre o mundo, liga continentes, salta por satélites para imprimir sua marca em uma quarta parte do globo terrestre, traz esse mundo para aqueles que não sabem ler e ajuda a manter contato com os que não podem ver” (MCLEISH, 1999, p.15).

Com o tempo, surge um conflito entre os teóricos, sobre considerar como rádio (ou não) as produções sonoras que não são emitidas por aparelhos tradicionais. Meditsch sentencia: “Se não for feito de som, não é rádio, se tiver imagem junto não é mais rádio, se não emitir em tempo real (o tempo da vida real do ouvinte e da sociedade em que está inserido) não é rádio” (MEDITSCH, 2001, p. 4). Resgatando o conceito de Meditsch, Prata exclui da esfera radiofônica os *podcasts*, mas não as web-rádios, pois os primeiros são previamente gravados e, portanto, não estão no tempo real do ouvinte. Já a simples relação de músicas online, como os serviços de *streaming*, é na verdade “uma programação de música gravada, só um pouco mais versátil do que o velho hábito de gravar uma fita cassete com seleção pessoal de canções” (PRATA, 2009, p. 77).

Kischinhevsky (2016) amplia o conceito de rádio à luz da realidade atual, entendendo “como rádio tudo aquilo que a sociedade considera rádio (...). É um meio que transmite, na forma de sons, conteúdos jornalísticos, de serviço, de entretenimento, musicais, educativos e publicitários” (2016, p.22). O autor defende que não se deve tratar de rádio enquanto tecnologia de transmissão de ondas hertzianas e, sim, como o que constituiria o **radiofônico** (grifo do autor), o seu conteúdo.

Nesse contexto, a Internet como provedora de conteúdo é uma realidade que os pesquisadores já estudam há algum tempo.

Ao transformarem o processamento da informação, as novas tecnologias agem sobre todos os domínios da atividade humana e possibilitam infinitas conexões entre diferentes domínios. Surge uma economia em rede que aplica seu progresso na própria tecnologia, em um processo de retroalimentação (CASTELLS, 2006, p. 120).

Embora trate das tecnologias presentes no cotidiano da população em uma visão mais ampla, esta reflexão de Castells pode ser aplicada ao rádio, que é um dos principais veículos propulsores das relações sociais. Ademais, independentemente do uso ou não de novas tecnologias, sem a participação do ouvinte, do receptor dessa comunicação, o processo comunicativo não se completa. Nessa retroalimentação, independente da origem do som, é fundamental a participação dos ouvintes, “cada vez mais instados a participar da programação, seja em ondas hertzianas, seja via Internet ou telefone móvel, e as múltiplas instâncias de mediação que condicionam a comunicação” (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 25).

Além disso, com o uso de sistemas via Internet, o ouvinte não está obrigatoriamente vinculado, próximo ao emissor, como lembra Kaseker (2012).

O novo ouvinte não está obrigatoriamente arraigado ao território e às ondas hertzianas (...). A noção de território nacional já não é suficiente para compreender a escuta radiofônica, como índice de reconhecimento de habitat. Por outro lado, a escuta permanece sendo o sentido do espaço e do tempo no atual contexto da modernidade. (KASEKER, 2012, p. 64)

Para este trabalho, o meio rádio será analisado considerando-se a emissão e recepção em aparelhos convencionais, com a mediação via Internet contextualizada de forma pontual quando estiver envolvida na realidade das emissoras migrantes da faixa AM para FM.

2.2 A EVOLUÇÃO DO OUVIR

Em um cenário em que a tecnologia e a sociedade alteram a relação do ouvinte com o rádio, é preciso resgatar a essência dessa interação, que está nos estímulos da audição. Conforme Menezes (2007), as emissões sonoras podem criar vínculos, em um contexto em que há excesso de imagens e hipertrofia da visão.

O diálogo entre a cultura do ver, com o gigantesco e onipresente universo das imagens, e a cultura do ouvir pode oferecer um respiro vital a este movimento de ir e vir. No entanto, como as formas de transmissão sonoras não mereceram ainda a mesma dedicação das formas de transmissão visuais, isto é, contamos com fácil acesso a imagens com alta resolução e limitado acesso ao universo sonoro, é possível que o aperfeiçoamento do tratamento do som, ao lado de exercícios concretos do ouvir no sentido mais estrito da palavra – ouvir as coisas e ouvir o outro –, nos possibilitem trânsitos também sonoros nos interstícios dos diferentes artefatos ou meios de comunicação. (MENEZES, 2007, p.6)

Essa relação é marcada pelo intercâmbio fala-escuta, em um processo circular, entre ouvir e ser ouvido. Na visão de Merleau-Ponty (2003), “o quiasma, a reversibilidade, é a ideia de que toda percepção é forrada por uma contrapercepção,

é ato de duas faces, onde não mais se sabe quem fala e quem escuta” (MERLEAU-PONTY, 2003, p. 238).

Considerando aqui a transmissão sem o apoio de imagens, as emissões radiofônicas trazem elementos que estimulam a imaginação. Nesse cenário, o ouvinte se sente seduzido a completar com sua fantasia o que falta na emissão radiofônica, completando assim suas percepções. Com isso, na visão de Arnheim (1980), o processo cognitivo se completa, pois as peças radiofônicas “criam um mundo próprio com o material sensível de que dispõem, atuando de maneira que não é necessário nenhum tipo de complemento visual” (ARNHEIM, 1980, p.86). Ainda de acordo com Arnheim (1980), a força narrativa dos locutores “permite que o ouvinte viva intensamente um determinado acontecimento” (ARNHEIM, 1980, p. 131).

Porém, o consumo de rádio na forma que foi concebido originalmente já não desperta tanto o interesse do público do século XXI. Kaseker (2012), em pesquisa etnográfica, contatou dez famílias curitibanas e, já naquela época, havia o desinteresse pelo consumo de rádio, notadamente entre os jovens. A pesquisadora detectou que apenas os estudantes de jornalismo nutriam algum interesse pelo meio, mas ainda assim, pela necessidade de adaptar-se ao futuro mercado de trabalho. Já os pais e avós desses estudantes tinham o contato com o rádio, pois ele remetia a fatos passados com familiares e a realidade social da infância, entre outros motivos.

O relato de Kaseker (2012) expõe a mudança pela qual passa o conceito de escuta. A autora levantou referências sobre o lugar social da escuta e trouxe a relação entre três autores, os quais estão elencados no quadro a seguir.

Quadro 1 - classificação da escuta de acordo com autores

Autor	Conceito
Barthes (1995)	A escuta tem três níveis. No primeiro, é o ouvir, mais sensorial, de reconhecimento do som. No segundo, o homem se diferencia dos outros animais, por decifrar códigos. No terceiro nível, acontece a significação e a interação, portanto, se constrói o discurso.
Schaffer (1996)	Quatro níveis: ouvir (percepção espontânea), escutar (percepção do sujeito), reconhecer (associação a experiências anteriores) e compreender (forma particular de conhecimento).
Kerckhove (1999)	Diferenciação da escuta de acordo com as circunstâncias. Modo oral (ligado ao contexto), modo alfabético (especializado e seletivo, interessado nas palavras).

Fonte: Organizado por Kaseker (2012).

Bourdieu também contribui com esta discussão, quando destaca que a escuta envolve uma negociação, na qual há uma troca linguística e econômica, que propicia certo lucro material ou simbólico. “São símbolos destinados a serem compreendidos, decifrados, e também de riqueza a serem avaliados, apreciados, acreditados e obedecidos” (BOURDIEU, 1996, p. 53).

A questão geracional também influencia a escuta e o atual consumo de rádio. De acordo com Kaseker (2012), as trocas de vivências entre os consumidores de tecnologia promovem uma interação única.

As experiências vividas formam extrato e quanto mais profundo, mais sólido. As velhas gerações educam as mais jovens, mas também são educadas por elas. A avó ouve rádio enquanto cuida do neto, e ao crescer ele pode ter relação com o rádio baseada nesta experiência, assim como poderá influenciar a avó no uso da Internet (KASEKER, 2012, p.55).

Orozco (2011) traz um conceito mais ampliado do que o tratado por Kaseker (2012) quando lembra que o ouvir envolve múltiplas instâncias de comunicação: a política, a econômica e a cultural. “A formação de comunidades de gosto ou de pertencimento, que compartilham modos de construção afins, a partir de fatores como classe social, gênero, afirmação étnica, etc.” (OROZCO, 2011, p.31).

Sobre o pertencimento do ouvinte, Ferraretto (2016) lembra de um depoimento que recebeu de uma estudante que participou dos protestos de junho de 2013, movimento conhecido fortemente pela participação e engajamento nas redes sociais. “Contou-me que participava dos protestos acompanhando pelo celular as transmissões das emissoras de rádio mobilizadas para a cobertura, valendo-se da velocidade de transmissão imediata dos fatos, forma de narrativa sonora no segmento de jornalismo desde os anos 1970(...)” (FERRARETTO, 2016, p.10).

Esse relato corrobora a afirmação de Ferraretto (2014) de que o rádio, assim como em qualquer outra manifestação comunicacional, demanda empatia com o público, um companheirismo virtual que atende aos anseios do ouvinte. É o que o autor chama de construção de identidade. Percebe-se que essa identidade entre emissor e receptor, mesmo com as transformações tecnológicas, permanece no meio rádio e, por isso, garante sua participação na sociedade.

Nesse sentido, Kaplún (2008) conceitua o rádio como um instrumento de educação e cultura populares e como um promotor de um autêntico desenvolvimento, pois este meio tem uma função social: a de fazer frente às necessidades das massas da região. Por isso, na visão do autor, quando não há o devido cuidado com o conteúdo, corre-se o risco de chegar apenas a uma parte do público. Para Kaplún, o

importante não é só dizer, mas também como dizer, saber manejar o discurso e adaptá-lo às suas limitações e possibilidades.

Aqui, percebe-se que as discussões em torno da migração e da programação de rádio no Brasil, como se verá no capítulo 3, não exigem parâmetros de compromisso social das emissoras, ficando restrita a discussões de ordem tecnológica e empresarial. No entanto, são muitos os exemplos do papel social do rádio ao longo de sua história, inclusive em tempos mais recentes, como vimos em Ferraretto (2016). Em 2003, quando Florianópolis ficou 55 horas sem energia, o rádio dos carros e a pilha foram os meios de comunicação, quando não havia Internet nem TV. Pela cobertura do apagão, a CBN Florianópolis foi homenageada pela Câmara Municipal e teve o reconhecimento dos ouvintes (TAVARES e FARIA, 2006).

Por isso, acredita-se que o meio rádio, com suas adaptações e limitações, ainda sobrevive como um importante meio de comunicação e contribui com a integração da sociedade, adaptando-se e reinventando-se, com as novas tecnologias e com novas possibilidades de transmissão e interação com os ouvintes.

2.3 TECNOLOGIA E SEGMENTAÇÃO

Um dos aspectos que envolve o meio rádio em sua evolução é a segmentação da programação. Na visão de Castells (2016), já na década de 1980 o rádio vivia uma onda de especialização, com estações temáticas. Foi desta forma que programas de rádio preencheram o tempo de passageiros nos meios de transportes e de trabalhadores em muitos países em desenvolvimento. Ainda hoje os rádios nos carros respondem por fatia importante no mercado radiofônico.

Essa especialização apontada por Castells é referendada por Françoise Sabbah (1985), que enfatiza que a nova mídia determina uma audiência segmentada que, embora maciça em números, já não é massa no sentido tradicional. Devido à multiplicidade de mensagens e fontes, a própria audiência torna-se mais seletiva, escolhe suas mensagens e aprofunda essa segmentação, intensificando o relacionamento individual entre receptor e emissor. Embora a segmentação da programação das rádios seja anterior ao processo de migração, esse é um fator que aparece no processo, uma vez que a adaptação ao mercado consumidor é uma preocupação dos radiodifusores, como se verá nos relatos dos profissionais pesquisados.

Pode-se dizer ainda que a segmentação do meio rádio também seja consequência do aparecimento de outras formas de consumo de material audiofônico, como Youtube, *podcasts* e serviços como Spotify e Deezer.

O consumo multimídia impõe à recepção de rádio modificações em sua forma e conteúdo. Sua análise envolve o estudo de outras tecnologias que não são voltadas aos modelos mais tradicionais de comunicação, que é o caso do rádio, objeto principal deste trabalho. Por essa razão, destaca-se que esta pesquisa propõe uma análise sobre o rádio mais “tradicional” e que outros trabalhos possam avançar com mais profundidade na interação do rádio com outras tecnologias.

3. O RÁDIO NO BRASIL E NO PARANÁ

Neste capítulo, serão apresentados, de forma resumida, os principais fatos da evolução histórica do rádio no Brasil e no Paraná, desde os seus primórdios, até o momento da conclusão deste trabalho.

3.1 O INÍCIO

Pode-se dizer que o rádio teve início com a demonstração, no dia 29 de novembro de 1888, da existência das ondas eletromagnéticas, que podem atravessar paredes e se propagar pelo ar. De acordo com a Deutsche Welle (2019), foi nessa data que o físico alemão Heirinch Hertz publicou seus estudos pela primeira vez. Na Itália, Guglielmo Marconi, então com 20 anos, leu um dos relatórios de Hertz e aplicou a descoberta para testar a transmissão de notícias, sem usar fios, o que era possível até então apenas com o auxílio de cabos.

No Brasil, os primeiros testes começam em 1894, com o Padre Landell de Moura. Em localidades do Rio Grande do Sul e de São Paulo, ele fazia transmissões a distância, com ou sem fios. Em 1900, o padre-cientista conseguiu uma patente de um aparelho transmissão (SANTOS, 2001, p. 50).

Conforme Almeida (1983, p. 27), Landell de Moura garantia a eficácia de sua invenção, com a seguinte descrição:

Podia-se projetar pelo espaço a voz à distância bem regulares. Funciona com sol, chuva, tempo úmido e forte cerração, como também com vento contrário, se usarmos placas automáticas e, nestes dois últimos casos, à distância a que se pode chegar é verdadeiramente prodigiosa. No mar, quando há cerração, e nas regiões calmas, este aparelho pode prestar muito bons serviços.(ALMEIDA,1983, p. 27).

De acordo com Zaltrão (2006), apesar de ter conseguido patentear alguns de seus inventos e de obter reconhecimento nos Estados Unidos, Landell de Moura continuava sem apoio e reconhecimento no Brasil. “O que se pode dizer é que o não reconhecimento de Landell de Moura só perpetua a imagem de país com uma não tradição em pesquisas e não desenvolvedor de tecnologia” (ZALTRÃO, 2006, p. 32). Pelo seu pioneirismo, o Padre Landell é o patrono dos radioamadores do Brasil.

Depois dessa fase, o avanço do rádio no Brasil só ocorreu cerca de vinte anos mais tarde. O nascimento oficial ocorre em 7 de setembro de 1922, nas comemorações do centenário da Independência do país. O presidente Epitácio

7 Pessoa inaugurava a radiotelefonia com um discurso transmitido a distância e sem fios (CASTRO, 2014, p.1).

Ainda de acordo com Castro (2014), Roquette Pinto, um médico entusiasmado com as primeiras transmissões, convenceu a Academia Brasileira de Ciências a patrocinar a criação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, que viria a ser a PRA-2. A rádio existe até hoje, e desde 1936 recebe o nome de Rádio MEC, por vontade do próprio Roquette Pinto. De acordo com Romancini e Horta (2012), a trajetória de Roquette Pinto foi marcada pela preocupação em fazer com que os meios de comunicação estivessem a serviço da educação, estimulando várias iniciativas nesse sentido.

As estações de rádios foram sendo instaladas durante toda a década de 1920, como empreendimentos de grupos aficionados do rádio, geralmente de classes mais abastadas. Eles pagavam mensalidades para manter as estações e cuidavam da programação doando discos, escrevendo, tocando, cantando e ouvindo eles mesmos, conforme constata Tavares (1999). Nos primeiros anos, o país viu o surgimento de diversas “rádios clubes”, conforme destaca Castro (2014, p.1).

Em dois anos (1923-1924) eram muitas as emissoras em operação. No Rio Grande do Sul, a Sociedade Rádio Pelotense, de Pelotas, e em Porto Alegre, a Rádio Sociedade Gaúcha, que até hoje se proclama a pioneira no Sul do país. Em Minas Gerais, a Rádio Clube Belo Horizonte, com um potente transmissor de 500 watts; em Curitiba, a Rádio Clube Paranaense; em São Paulo, mais uma, a Rádio Clube São Paulo e a primeira emissora do interior, a Rádio Clube Ribeirão Preto. A partir daí, surgiram emissoras de rádio por todo o Brasil, como a Rádio Clube do Pará, no extremo Norte, e as fronteiras do Rio Grande do Sul. (CASTRO, 2014, p.1)

Ainda conforme Castro (2014), embora houvesse tentativas por parte das emissoras, apenas no primeiro governo de Getúlio Vargas, em 1931, houve manifestação do Poder Público para regular a atividade da radiodifusão.

3.2 O RÁDIO E SUA RELAÇÃO COM O PODER

Em 1931, o presidente Getúlio Vargas assinou o decreto 20.047, o primeiro que regulamentou os serviços de radiodifusão no Brasil. Chagas (2012, p. 13) ressalta que, desde este primeiro momento, a outorga de emissoras de rádio (e posteriormente, de TV) assumiu a dimensão de “um aparato de controle político e ideológico”, sendo assim, um instrumento de poder por parte do governante.

Nessa década, surgem as primeiras emissões jornalísticas. Com o desencadeamento da Revolução Constitucionalista, em 1932, a Rádio Record de São Paulo ganha destaque com a atuação dos locutores César Ladeira e Nicolau Tuma, atentos a todos os instantes do conflito, em noticiários noturnos (VAZ FILHO, 2009).

Por parte dos concessionários, os proprietários das emissoras, restavam ser signatários do poder central ou correr o risco de perder a concessão. Ainda em 1934, houve relatos de uma tentativa de protestos da associação dos radiodifusores paulistas contra a veiculação da chamada “Hora Nacional”, hoje conhecida como “Voz do Brasil”. Porém, o medo de sanções arrefeceu o protesto (CHAGAS, 2012). Prova disso é que o programa, 86 anos depois, ainda é veiculado diariamente em todas as rádios brasileiras.

A autora pontua que, nesse período, houve diversas tentativas de flexibilização da veiculação do programa institucional, o que só teve relativo êxito em 2018. Há mais de 80 anos no ar, “A Voz do Brasil” pode ser veiculada pelas emissoras de rádio no intervalo das 19 às 22 horas e não mais obrigatoriamente das 19 às 20 horas. A lei que flexibiliza o horário foi sancionada em 2018 pelo presidente Michel Temer (BRASIL, 2018).

Na década de 1940, o rádio já estava, nos grandes centros, inserido no cotidiano da população. Além da Hora Nacional, programas como Repórter Esso, musicais e radionovelas, contribuíram para a consolidação do meio. Em 1946, quando houve promulgação de uma nova constituição, o Brasil já contava com 106 estações de rádio, e o serviço continuava regulamentado pelo Estado na nova legislação (CHAGAS, 2012, p. 23).

Nessa época, a Rádio Nacional inaugurou transmissores potentes e passou a realizar emissões direcionadas para países estrangeiros, na faixa de Ondas Curtas.

As transmissões internacionais tinham início à tarde. Em janeiro de 1943, o programa para Portugal ia ao ar às 16h30min, seguido pelo da Inglaterra, às 17h30min, o hispano-americano, às 18h40min, e no final do dia, o dos Estados Unidos e Canadá, às 23h (FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS, 2020, p. 1).

Nos anos do governo Juscelino Kubitschek, o avanço dos Diários Associados como hegemonia na mídia brasileira se acentua. Surge a TV, mas ao contrário do pensamento corrente à época, o rádio permanece relevante e protagoniza episódios em que a mão do Estado se fez presente. Em 1961, por exemplo, a rádio Jornal do Brasil ficou fora do ar por três dias, por ter divulgado notícia que constrangia as

forças armadas: um suposto acordo entre Brasil e Argentina para melhor aproveitamento das fábricas de armamento (CHAIA, 1991, p.225)

Nesse mesmo ano, após o breve governo Jânio Quadros e a dificuldade do vice João Goulart de assumir o governo (devido à suposta aproximação com a China comunista, o que não era bem visto pelos Estados Unidos), o rádio mobiliza a opinião nacional. A “rede da legalidade”, formada por 104 rádios gaúchas e liderada pelo então governador Leonel Brizola, cunhado de Goulart, convocava o povo a resistir contra a intervenção militar que impedia o vice de assumir a presidência. Após chegar ao poder, o político usa o rádio a seu favor uma vez mais. Brizola institui a “rede do esclarecimento”, em que esclarecia os ouvintes sobre as ações governamentais de seu cunhado. As chamadas “reformas de base” conclamavam a organização das comunidades em associações e sindicatos. Isso assustou os mais conservadores e a empreitada logo arrefeceu, no processo que culmina no golpe militar de 31 de março de 1964 (CHAGAS, 2012, p.52)

Durante o regime militar é criada a Empresa Brasileira de Radiodifusão (Radiobrás). Sua maior função era exercer a integração nacional, por meio do rádio. Chagas (2012) descreve que os habitantes da região amazônica recebiam informações sobre o Brasil de rádios estrangeiras, por ondas curtas, uma vez que não havia emissoras brasileiras nessas regiões afastadas. No contexto da guerra fria, entre Estados Unidos e União Soviética, essa poderia ser uma questão delicada para o governo brasileiro. A autora resgata um documento da época em que o Ministério das Comunicações manifesta esta preocupação.

Talvez alguém duvide que o Brasil, atualmente, está sob uma permanente pressão radiofônica oriunda do exterior, mas o fato real é que ela existe e vem sendo aumentada (...), com potência três vezes superior ao somatório das potências individuais das 1061 emissoras existentes no Brasil. (...) Através desses sistemas estrangeiros o homem brasileiro radicado no interior é informado pelas estações do exterior, persuadido pela obstinada propaganda política desses países (...) e dentro deste quadro o homem cada vez mais perde a noção ou a visão de seu próprio país (...). Éão comum, tanto na Amazônia, como em todo o interior do país, ouvir-se o noticiário do que se passa no Brasil através da Rádio Havana, da Rádio Pequim, da Voz da América ou da BBC de Londres. Aliás, o Big-Ben de Londres ainda é o cronômetro ideal para acertar os relógios no interior brasileiro. (BRASIL, S-D, *apud* CHAGAS, 2012, p.75)

Com a implantação da Rádio Nacional da Amazônia, com conteúdo 100% nacional e refletido na doutrina militar, em 1977, o governo passava a ditar as normas para todo o território brasileiro pelas ondas do rádio (BUCCI, 2008).

Após a redemocratização, não há grandes mudanças no cenário da radiodifusão brasileira, sob o aspecto legal, que guarda algumas características marcantes em sua trajetória. Uma delas é a não preocupação dos legisladores e do poder concedente - executivo federal - em evitar a propriedade cruzada. Isso quer dizer que o mesmo grupo empresarial é dono de rádios, TV, jornais e portais de Internet, ou seja, multimídia. Na visão de Lima (2011), a consequência deste processo é uma “mídia privada oligopolizada, exatamente porque se formou com base na ausência de restrições legais à propriedade cruzada dos diferentes meios” (LIMA, 2011, p. 29). Juntamente com a presença de um grupo hegemônico (Globo) e as igrejas.

Lima (2011) e Chagas (2012) exemplificam que famílias tradicionais, como Jereissati, Marinho, Sirotsky, Martinez e Magalhães, entre outras, monopolizam o coronelismo eletrônico em nosso país, compondo o cenário que pode ser mais bem explicitado no quadro 2.

Quadro 2 - Características da mídia privada, na visão de Lima (2011)

Conceito	Contexto
Oligarquias políticas e familiares	A mídia é controlada por poucos grupos familiares, que por muitas vezes, também são grupos oligárquicos locais e estaduais. Isso promove a repetição das práticas políticas da velha república na atualidade: o coronelismo eletrônico (grifo do autor)
Igrejas	Embora historicamente a Igreja Católica seja o maior concessionário de rádios no Brasil, os evangélicos avançam na mídia eletrônica e impressa.
Hegemonia de um único grupo privado	A audiência e a verba publicitária ficam concentradas, desproporcionalmente, nos veículos do Grupo Globo.

Fonte: Organizado por Lima (2011).

O coronelismo interfere não somente na propriedade, mas também no conteúdo veiculado por essas emissoras. Lima (2011, p.115) retoma um episódio que

se tornou folclórico, nos anos 1980, em que o senador catarinense Atilio Fontana, ao ser entrevistado em sua própria emissora, protagonizou o seguinte diálogo:

- *Senador, o microfone é todo seu.*

- *Não só o microfone, meu rapaz, mas a rádio toda.*

3.3 O RÁDIO FM, SEGMENTAÇÃO E CONVERGÊNCIA

Neste item, realiza-se uma revisão histórica do rádio FM no Brasil e sua influência no comportamento do mercado até os dias atuais.

A tecnologia em Frequência Modulada era utilizada, em meados do século XX, como uma ligação entre os estúdios de rádios AM e as antenas transmissoras, substituindo as linhas telefônicas. No Brasil, a primeira emissora que fez uso comercial da faixa foi a Rádio Imprensa, em 1955, vendendo sua programação para estabelecimentos comerciais, como música ambiente (MANSUR, 1984). Uma década depois, o uso do FM como *link* foi proibido e quem ficou com as concessões deveria manter uma programação específica para o FM (SILVA, 2013).

Em 1973 o Ministério das Comunicações apresentou o Plano Básico de Canais em FM, incentivando a sua utilização. De acordo com Moreira (2007), esse movimento atendia a dois pontos, em particular:

a) El mantenimiento del control sobre el espectro radioeléctrico por parte del Estado - uno de los pilares de la política de seguridad nacional, ya que la radio era el entorno de comunicación masiva más accesible para la población y b) El incentivo ofrecido a la industria electrónica nacional. La inversión en momento en radiodifusente casero, concentrada en banda FM, tuvo notables consecuencias en la industria fabricante receptora nacional. (MOREIRA, 2007, p.93)

Nessa época começam a surgir as primeiras emissoras, com programações automatizadas, ou seja, sem locutor ao vivo. “Até então, a música ambiente, para elevador ou ‘de fundo’ predominava, ainda que com pequenas exceções” (SILVA, 2013, p. 85).

Nos anos 1980, com a expansão do rádio FM, com qualidade de som superior, as rádios passaram a investir em alcance e audiências segmentadas. “As emissoras passam a anunciar em outros meios e se vendem como grandes intermediárias do negócio da música. Ter equipamentos de reprodução sonora, pela escuta de rádio se torna fator de status, de promoção pessoal” (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 64).

A partir dos anos 1990, com a chegada da Internet no Brasil e o avanço da telefonia móvel, com a privatização do sistema Telebrás, o rádio entra em sua fase de convergência (FERRARETTO, 2016). O autor endossa que, embora a abertura do mercado possibilitasse a entrada de novos conteúdos radiofônicos, esses atores enfrentavam evidentes dificuldades para se tornar competitivo, pois o portal de Internet muitas vezes também é da empresa de rádio, TV e jornal hegemônicos.

Comparando com o meio TV, o rádio é pulverizado em termos dos seus concessionários. Porém, Kischinhevsky (2016) traz o fato de que, como as concessões atuais são objetos de arrendamentos, emissoras trocam de mãos por meio de contratos de gaveta, driblando as restrições legais quanto às outorgas para um determinado grupo. “Políticos, religiosos e até criminosos se usam de laranjas para comprar concessões que chegam a ser oferecidas em sites especializados” (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 45). Outro dado trazido pelo autor diz respeito ao crescimento de redes de emissoras de rádio de alcance nacional, superando a centena de afiliados.

A maioria esmagadora dessas redes está vinculada a três grandes grupos de comunicação (Sistema Globo, Rede Brasil Sul e Grupo Bandeirantes) e denominações protestantes e católicas, o que compromete o número de vozes no dial em um grande número de cidades, devido à retransmissão de programações geradas a partir de centros urbanos, muitas vezes sem quaisquer vínculos com as realidades socioculturais políticas e econômicas, locais e regionais. (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 47).

Kischinhevsky (2016) enfatiza que, embora o rádio tenha saído na frente, ao se articular mais fortemente com redes sociais, por outro lado enfrenta concorrência e pulverização das audiências. “Embora tenham passado a alcançar novas audiências, as emissoras de rádio de modo geral permanecem fortemente locais, auxiliando na negociação de identidades individuais, regionais e nacionais” (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 17). Ainda na visão deste autor, é preocupante a invisibilidade de meios tradicionais, que correm o risco de se tornarem coadjuvantes em um cenário de grande convergência.

A convergência retratada pelo autor pode ser resumida no quadro abaixo, com as diferentes interações por meio do rádio, de acordo com a classificação de Quadros (2013).

Quadro 3 - Interações dialógicas no rádio em convergência

Interação	Característica
Interação dialógica simples	Trocas comunicacionais entre ouvinte e emissora que se dão de forma pública ou privada em plataformas que não a sonora (uma troca de emails, por exemplo)
Interação dialógica ampliada	Trocas comunicacionais entre emissora e ouvinte, em plataforma não sonora, com interferência identificada no conteúdo sonoro (leitura de um <i>tweet</i> no ar, por exemplo)
Interação dialógica imediata	Trocas entre emissor e ouvinte de forma pública com interferência ao vivo na programação radiofônica. (uma ligação ao vivo, por exemplo)
Interação reacional simples	Resposta ao ouvinte para iniciativas interativas da emissora, de forma pública ou privada, em plataformas que não a sonora, sem interferência identificada no conteúdo sonoro
Interação reacional ampliada	Resposta dos ouvintes para iniciativas interativas da emissora, em plataformas que não a sonora, com interferência identificada no conteúdo sonoro.
Participação espontânea simples	Manifestações isoladas do ouvinte com a emissora, sem interferência identificada no conteúdo sonoro (visita à rádio, por exemplo)
Participação espontânea ampliada	Manifestações isoladas do ouvinte com a emissora, com interferência identificada no conteúdo sonoro (visita à rádio, com entrevista, por exemplo)

Fonte: QUADROS, 2013, p. 86

KISCHINHEVSKY (2016) exorta os ouvintes para que estabeleçam novas relações com o meio, além das exemplificadas por Quadros (2013).

Cabe à audiência estabelecer novas formas de relação com o meio, forçando o rádio a ser melhor prestador de serviços, a informar correta e eticamente, a representar diversidade social e cultural, sem reforçar clichês e estereótipos. (...) Desde que, evidentemente, tenha-se algo a dizer. O rádio não é o lugar mais adequado para plebiscitos ou referendos. Precisa não apenas definir o que vai colocar em pauta, mas acima de tudo, escutar permanentemente seus públicos. (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 134)

Pelo exposto, destaca-se o esforço dos autores em considerar o contexto social do ouvinte para analisar de maneira plena os fenômenos tecnológicos e sociais que alteram a relação da audiência com o rádio. A seguir, veremos como aspectos políticos e técnicos definiram a atual situação da migração das rádios AM para FM no Brasil.

3.4 A DIGITALIZAÇÃO E O PROCESSO DE MIGRAÇÃO

Ao contrário do que aconteceu com a TV, em que o processo de digitalização passou pela transmissão e recepção, o rádio manteve a evolução tecnológica apenas do estúdio para dentro. Fitas K7 dão lugar a modernos equipamentos de programação, em que muitas vezes a presença do locutor se torna dispensável. Porém, as decisões governamentais mostram que o setor ainda permanece aos sabores do mercado (KISCHINHEVSKY, 2016). Na opinião do autor, a escolha pela migração das rádios AM para o FM refletiu “a preocupação de assegurar espaço na maior base de receptores do país na atualidade - os telefones celulares” (KISCHINHEVSKY, 2016, p.57) e, em sua essência, o autor define a migração como de “analógica para analógica”.

Durante anos, assim como na TV digital, consórcios americanos, europeus e japoneses venderam a ideia de trazer ao rádio AM com qualidade de FM e com possibilidade de multiprogramação, os quais estão relacionados no quadro a seguir.

Quadro 4. Características e origens dos sistemas de rádio digital

Sistema	Origem	Características
In Band OnChannel (IBOC)	Estados Unidos	Permite manter as atuais posições no dial e a transmissão analógica e digital pode ser simultânea, evitando apagões programados, como na TV Digital
Digital Radio Mondiale (DRM)	Europa	Foi criado por empresas estatais e seria um contraponto ao IBOC, com as mesmas características de simultaneidade.
Digital Audio Broadcasting (DAB)	Inglaterra	Atinge 1\6 dos ouvintes ingleses, graças à venda subsidiada de aparelhos. Só permite a digitalização do FM, em frequências distintas das atuais, mas apresenta falhas de cobertura.
Integrated Services Digital Broadcasting (ISDB)	Japão	Permite convergência total de texto, áudio e vídeo. Foi escolhido como padrão para a TV digital no Brasil, mas não agradou aos radiodifusores, pois não permite a transmissão simultânea de analógico e digital.

Fonte: Kischinhevsky (2016)

De acordo com Kischinhevsky (2016), durante os anos 2000 houve testes em que as soluções se mostraram aquém da tecnologia analógica. Em 2007, pesquisadores da INTERCOM (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação) e o Ministério das Comunicações, ocupado na época pelo jornalista Hélio Costa, viabilizaram diretrizes de como ocorreria a digitalização, mas a saída do ministro e a visão dos empresários de comunicação arrefeceram a discussão. A popularização da Internet e do uso do celular para acessar o rádio FM fizeram com que os testes de rádio digital não houvesse mais interesse (DEL BIANCO, 2013, p.60).

Del Bianco (2013) enfatiza que na disputa em torno do digital e da migração para o FM, prevalecia o futuro do rádio no Brasil, “em termos de investimentos, desenvolvimento de novos conteúdos e linguagens, convergência e ampliação da base de ouvintes” (DEL BIANCO, 2013, p.60).

Com a inconclusão dos estudos referentes à digitalização, o governo brasileiro ofereceu aos radiodifusores a possibilidade de migração para a faixa FM.

No dia 7 de novembro de 2013, Dilma Rousseff assinou o Decreto no 8.139, que delimita as condições para extinção do serviço de radiodifusão em ondas médias de caráter local (com potência de até 1 kW) e para adaptação das outorgas vigentes para execução deste serviço em frequência modulada (BRASIL, 2013).

Segundo o decreto, as emissoras AM tinham prazo de um ano para solicitar a adaptação de suas outorgas, devendo arcar com as taxas correspondentes ao uso da radiofrequência estabelecidos pela Agência Nacional de Telecomunicações - Anatel e pelo Ministério das Comunicações.

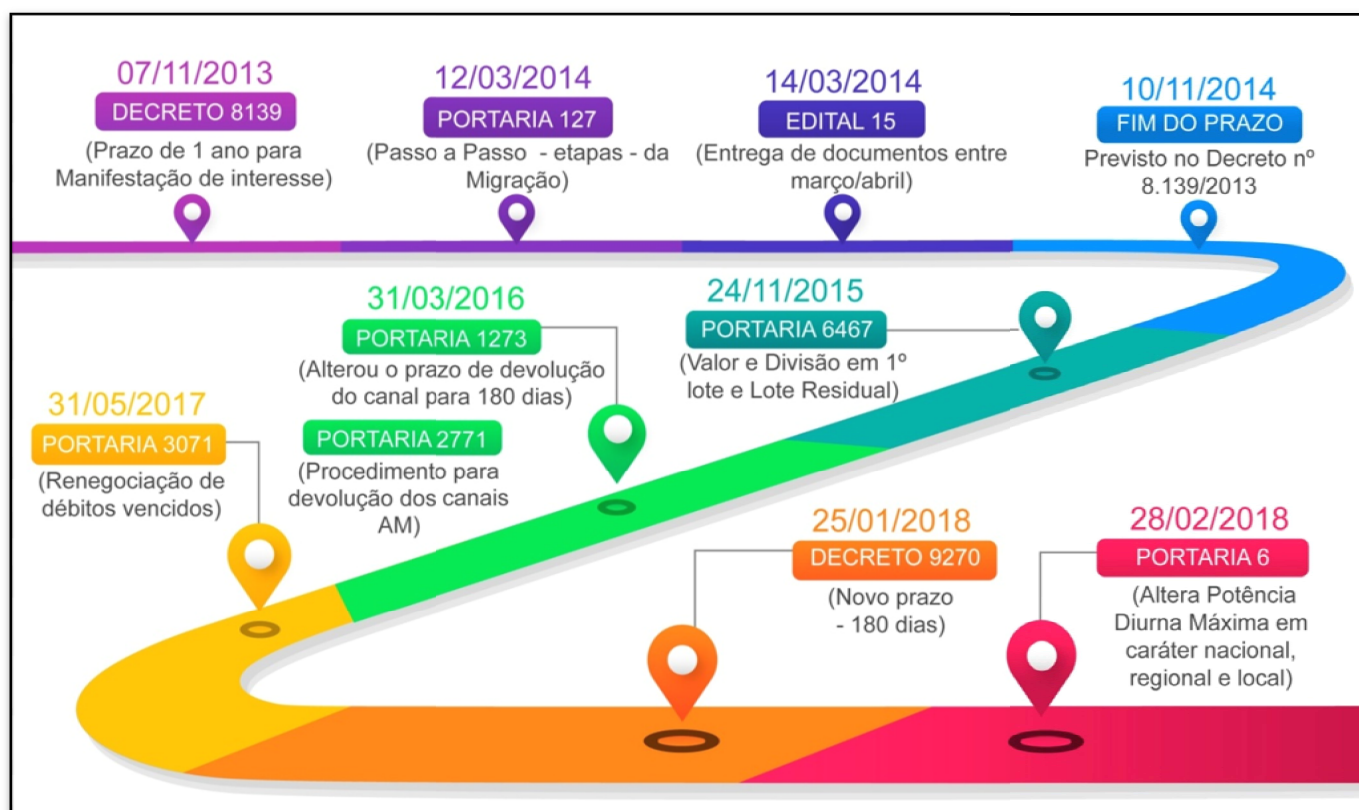
De acordo com a ABERT (2020), o prazo final para a digitalização da televisão em todo o Brasil foi estendido e está previsto para o ano de 2023, quando haverá o término do processo de desligamento do sinal analógico da televisão brasileira e consequente disponibilização da faixa 5 e 6 para o uso em FM (Faixa Estendida).

Nos municípios que necessitarem utilizar a extensão da faixa (de 76 a 88 MHz) o Ministério poderá autorizar a transmissão concomitante da programação nas frequências FM e AM por até cinco anos e fomentará condições para a adaptação dos aparelhos receptores (BETTI, 2015, p.11).

Em 18 de março de 2016, a Rádio Progresso, de Juazeiro do Norte (CE), tornou-se a primeira emissora do país a migrar da faixa AM para FM e se seguiu no decorrer de 2017, os chamados mutirões do governo federal para assinar a migração nos estados (ABERT, 2016).

Desde a publicação do primeiro decreto, os prazos para solicitação de mudança de faixa foram sendo estendidos até meados de 2019, conforme série de regulamentações resumidas na figura 1.

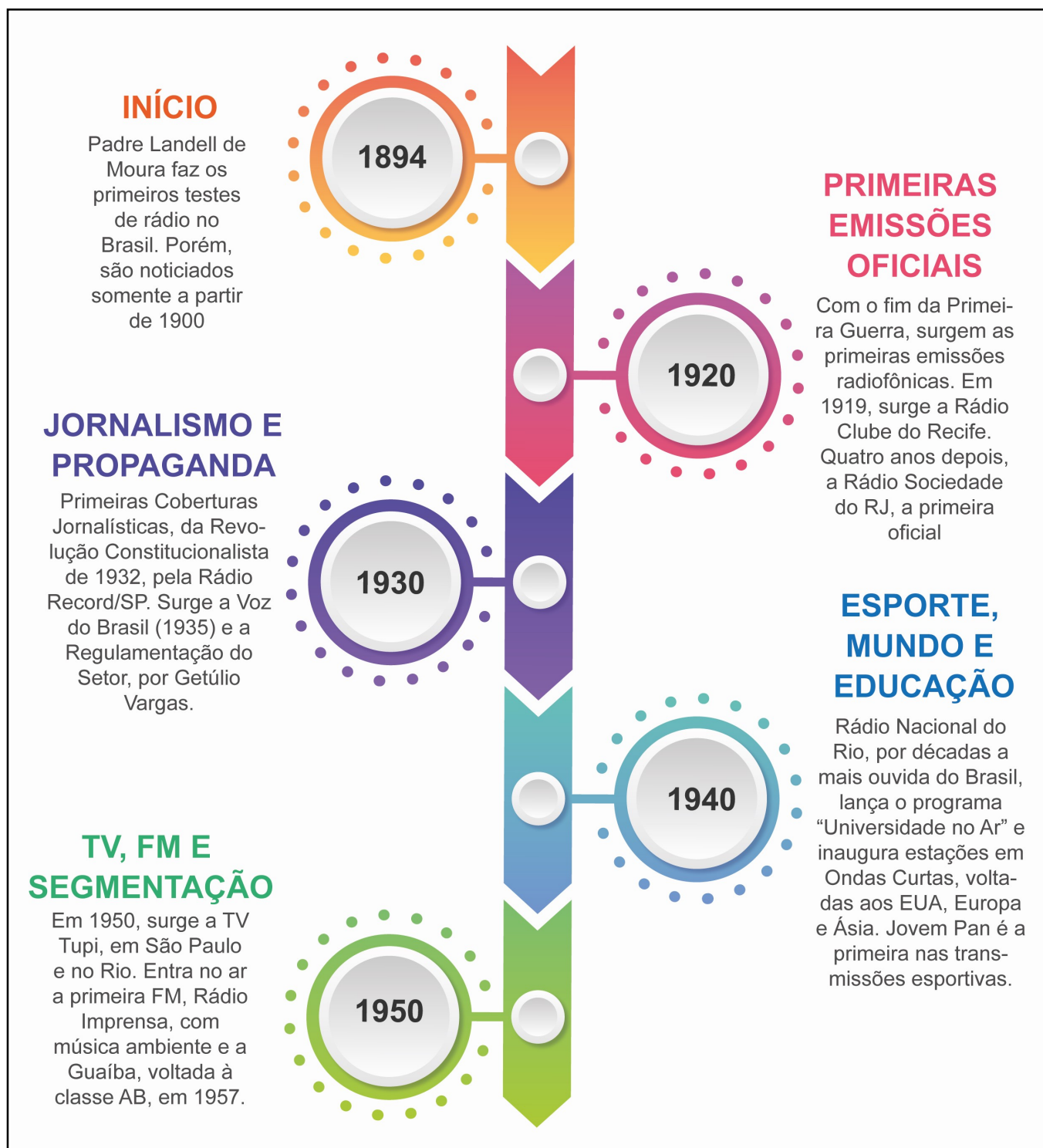
Figura 1. Linha do tempo da regulação da migração AM/FM no Brasil



Fonte: Elaborado pelo autor, com base em ABERT (2020)

A figura a seguir traz uma linha do tempo com os principais fatos da história do Rádio no Brasil, separados por década.

Figura 2. Linha do tempo da história do rádio no Brasil, por década



POLÍTICA E CENSURA

As crises dos governos Jânio Quadros e João Goulart envolvem os discursos na rede de rádios “Cadeia da Legalidade”. Após o Golpe Militar, é criado o Ministério das Comunicações e o DENTEL, que fiscaliza as programações

1960

POPULARIZAÇÃO DO FM

Governo distribui canais e a Difusora de SP é a primeira rádio a transmitir para o grande público nessa tecnologia. Governo cria a Radiobras.

1970

AUTOMATIZAÇÃO VIA SATÉLITE

Segmentação das rádios comerciais e automação, com o fim das fitas magnéticas nos estúdios. Em 1989, a BandSat é a primeira rede via satélite de rádio brasileira.

1980

ALL-NEWS E INTERNET

Em 1991, surge a CBN, primeira emissora *All-News* do Brasil, que passa para o FM anos depois. Em 1995, começa a *Web* comercial e algumas rádios começam a transmissão *online*.

1990

DIGITAL E CELULAR

Discussões sobre o padrão de digitalização do rádio, que não se efetivam. Celular se torna o principal meio de acesso ao rádio no Brasil.

2000

MIGRAÇÃO AM-FM

Em 2013, Dilma Rousseff assina decreto que autoriza migração de emissoras do AM para o FM. Jovem Pan de SP faz testes na nova frequência em 2014.

2010

Fonte: Organizado pelo autor, com dados de Klockner (2011), Brasil (2013) e Rádio Jovem Pan (2014).

3.5 O RÁDIO NO PARANÁ

Como já visto anteriormente, durante a década de 1920, as emissoras de rádio existentes no Brasil funcionaram sem regulamentação, em caráter experimental (KASEKER, 2012). No Paraná, a primeira experiência data de 1924, quando surgiu a Rádio Clube Paranaense, a terceira do Brasil em atividade. Ervateiros e empresários faziam transmissões de palestras e apresentações musicais na casa de um dos associados do clube, enquanto outro grupo se reunia para as audições.

Após a regulamentação advinda do governo Vargas, a rádio Clube se tornou empresa em 1934. A primeira narração de um jogo de futebol - um atletiba - também aconteceu nesse ano.

Kaseker (2012) relata que na década de 1940, dois locutores - Wilson Martins e Loris de Souza - revezavam-se na narração de peças de literatura para preencher espaços na programação. Em entrevista a Kaseker e Quadros (2010), Martins revelou que não havia guardado nenhum desses contos.

Em 1946 surge a segunda emissora paranaense, a Rádio Marumby. Nesse período, dá-se início uma maior profissionalização da programação, com música, humor, esporte, mensagens e concursos. Nasce nesse período as rádios Guaicá (1947), Emissora Paranaense (1949), Rádio Estadual (1949) e Rádio Cultura (1951). Em 1951, surge o primeiro programa jornalístico do rádio do Paraná: O Revista Matinal, que seguiu no ar pelas três décadas seguintes, primeiramente na Clube e depois em outras rádios (WITIUK, 2008). De acordo com o autor, o pioneirismo no radiojornalismo em Curitiba revelava a preocupação com a qualidade da informação, embora houvesse dificuldades na sua forma de produção. Um dos reflexos disso era o horário de veiculação, no chamado “horário nobre do rádio”: no início da manhã e ao meio-dia.

Nos anos 1950, o destaque são as radionovelas. De acordo com Kaseker (2012), a Clube chegou a ter mais de 70 atores na referida década. Em um determinado período havia até 13 radionovelas simultâneas.

Ubiratan Lustosa, um dos pioneiros do rádio paranaense, relata que a decadência do veículo em favor da TV ocorreu a partir de 1967. Como havia um grande número de emissoras no mercado, os anunciantes se voltaram à televisão, provocando queda no faturamento. “Terminava então, uma era romântica, linda, empolgante e inesquecível. Uma saga fascinante que orgulha o povo do Paraná” (LUSTOSA, 2018, p.1).

Na década seguinte, o governo militar cassou concessões não alinhadas com o contexto político da época e estimulou a criação do rádio em FM. Em 1977, o Departamento Nacional de Telecomunicações (DENTEL) cassou a concessão da Rádio Iguaçu, de Paulo Pimentel, que também perdeu a filiação de suas emissoras de TV à Rede Globo, por pressões políticas em âmbitos estadual e federal (MELECH, 2015).

Nos anos 1980, vários radialistas populares tornaram-se deputados estaduais em razão da abertura política e de sua popularidade construída no rádio (KASEKER, 2012). Assim, surgiram muitos nomes famosos e outros que ainda hoje figuram nesse cenário, como Luiz Carlos Martins, Álvaro Dias, Jocelito Canto, Algaci Túlio e outros.

Na década de 1990, a intensa segmentação da programação de rádio no Brasil teve reflexos em nosso estado. Programas e emissoras mais musicais deram espaço, entre outros segmentos, ao radiojornalismo. Nessa época, surgiram iniciativas como a da Rádio Clube, que chegou a ter 10 horas diárias de jornalismo e da CBN, que chegou a Curitiba em 1995. Porém, Witiuk (2008) relata que ambas as rádios sofreram com crises econômicas e tiveram o quadro de profissionais reduzidos com o tempo. Na atualidade, a Rádio Clube retransmite a programação da Rádio Evangelizar, do Padre Reginaldo Manzotti, e a CBN permanece ligada à rede do Sistema Globo de Rádio (TUDO RÁDIO, 2017). No segmento *allnews* há ainda a Rádio Band News FM, com afiliada na capital desde 2006.

No que tange ao processo de digitalização, a indefinição da política que seria adotada pelo Brasil também impactou o rádio curitibano. Melech *et al* (2007) registraram o desinteresse das emissoras curitibanas à época na realização dos testes para o rádio digital. Na ocasião, as autoras concluíram que as emissoras consultadas se subordinavam aos testes realizados em outros estados, ao mesmo tempo em que os jornalistas paranaenses que atuavam no rádio à época estavam distantes deste processo.

Enquanto os dirigentes das emissoras parecem ter interesse em adiar ao máximo a digitalização no Paraná, por questões financeiras e também comodidade diante da necessidade de grandes mudanças em suas rotinas produtivas, a maioria dos jornalistas que atuam no rádio paranaense vive uma realidade muito distante desse processo. Enfrentando um quadro de excesso de trabalho e falta de equipamentos, muitos estão mal informados e totalmente despreparados para a transformação que o rádio digital deve imprimir ao seu cotidiano. (MELECH *et al*, 2007, p.12)

Em relação às emissoras paranaenses, de um total de 187 emissoras outorgadas para operar na faixa AM até o início da migração, 119 já estão autorizadas a mudar de faixa, conforme informações de Augustinho (2020). De acordo com o portal Tudo Rádio (2020), até agosto de 2020, 94 emissoras paranaenses já migraram suas transmissões para a faixa FM.

Quadro 5 - Números da migração no Brasil e no Paraná

Situação	Número
Outorgas de Emissoras AM no Brasil	1781
Pedidos de Migração feitos ao MCTIC (Brasil)	1720
Canais incluídos no plano básico (faixa tradicional)	1263
Pedidos em estudo	69
Contratos Assinados	809
Em coordenação com Mercosul (áreas de fronteira)	8
Com pendências (de pagamento, documentação)	18
Incluídos em 2019	62
Inviáveis (serão realocados para a faixa estendida)	301
Outorgas de Emissoras FM no Paraná	187
Rádios com migração autorizada no Paraná	119
Rádios migrantes com emissões FM ativas em agosto de 2020 no PR	94

Fontes: ABERT (2020), Augustinho (2020) e Tudo Rádio (2020).

No estado do Paraná, a migração encontra-se em sua metade. O número de rádios migrantes (93) e as que aguardam a autorização para emissão em FM (94) são similares, em agosto de 2020.

O mapa a seguir mostra a distribuição geográfica das rádios migrantes de acordo com as regiões intermediárias, que obedecem à divisão do Instituto Brasileiro

de Geografia e Estatística (IBGE) vigente desde 2017. Para chegar ao mapa, comparou-se a relação dos municípios de cada região, obtidos no portal do Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (Ipardes), com a tabela de outorgas disponível no Sistema Mosaico, da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) e com informações do portal Tudo Rádio (2020), que atualiza constantemente os dados das rádios migrantes no Brasil.

De acordo com os dados obtidos, observa-se que as regiões de Ponta Grossa e Guarapuava são as que estão mais adiantadas no processo de migração. Já as regiões de Londrina e Maringá possuem números semelhantes, que refletem a média do estado. Já nas regiões de Cascavel e Curitiba têm mais rádios ainda na faixa AM em relação ao total.

Figura 3 – Distribuição das migrações para FM por região geográfica intermediária no Paraná



Fonte: Elaborado pelo autor, com dados do IBGE (2017), Ipardes (2020), Anatel (2020) e Tudo Rádio (2020).

4. METODOLOGIA

Os meios de comunicação passaram por diversas transformações ao longo da história, em função do avanço social e tecnológico. O rádio, em especial, acompanhou o surgimento de outros meios ao longo de mais de um século de história: primeiro a TV, depois a Internet e mais recentemente, a convergência que alterou o modo de escuta, agora presente não somente nos aparelhos receptores, mas também por aplicativos, *podcasts*, celulares, computadores. Porém, mesmo com toda a concorrência, o meio sobrevive e se reinventa, como agora se vê no processo de migração das emissoras AM para a faixa FM.

Para entender como a dinâmica acontece no estado do Paraná, foi necessário o contato com os atores que estão inseridos nesse contexto. Afinal, como afirma Bonin (2008), toda pesquisa que se compromete com o avanço científico precisa estar em um diálogo tenso com a produção do campo em que se insere. Essa tensão, caracterizada pelo contraponto entre o pensamento científico e a realidade concreta é o que move, de acordo com a autora, as práticas metodológicas de pesquisa. Para estimular esse diálogo, é proposta uma pesquisa de caráter qualitativo, com a aplicação de questionários e entrevistas com os radiodifusores que já deslocaram suas operações para a Frequência Modulada.

Segundo Yin (2010), as pesquisas de campo são a melhor estratégia quando se colocam questões tipo “como” e “por que”. É também indicado quando o pesquisador tem pouco controle sobre os eventos e quando o foco se encontra em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real. Isso tem reflexo na realidade, pois a migração das rádios é um fenômeno presente e em andamento. Neste segundo semestre de 2020, este processo chega à metade das emissoras do Paraná, o que reforça a necessidade de entendê-lo e verificar os fatores que influenciam as mudanças.

A escolha do objeto rádio se faz devido ao autor ser um entusiasta no meio, que, embora não atue em rádio, acompanha o mercado e a programação das emissoras há algum tempo. Por isso, para entender melhor como estava o cenário das emissoras migrantes, foi realizada uma entrevista com o engenheiro da Associação das Emissoras de Rádio do Paraná (AERP) e com um dos radiodifusores migrantes, que apontaram aspectos mais gerais que embasaram o questionário encaminhado às demais emissoras participantes.

Outra motivação para a pesquisa de campo é a possível contribuição dos resultados para profissionais da área, pesquisadores e demais interessados, uma vez que eles poderão orientar ações de gestores que ainda não fizeram a migração. “Esse tipo de estudo (...) informa determinado tipo de ação, fornece indicadores para o processo de tomada de decisão e aplica o conhecimento obtido para resolver problemas humanos e sociais” (GODOY, 2010, p. 125).

De acordo com Godoy (2010), sem um contato intenso do pesquisador com o seu objeto é impossível descobrir como uma rede de significações está estruturada, com base no seu contexto cultural. Ainda na visão da autora, este contato se reflete nas estratégias utilizadas para obtenção de dados, como observação participante, entrevistas, histórias de vida, diários. Dessa forma, se atende a um dos requisitos da pesquisa qualitativa: “a relação dinâmica, particular, contextual e temporal entre o pesquisador e o objeto de estudo” (MICHEL, 2009, p.36). Nessa relação, o pesquisador participa, compreende e interpreta, corroborando o apontado por Godoy (2010). Bonin (2008) enfatiza, em especial, que na pesquisa comunicacional é importante considerar o contexto que caracteriza a particularidade de cada objeto estudado, o que permite uma visão, ao mesmo tempo abrangente e particular do fenômeno estudado.

Aqui, vale destacar o período de realização da pesquisa, entre março e julho de 2020, durante a pandemia de Covid-19. Isso afetou os resultados apontados nas respostas relativas a aspectos econômicos (investimentos, custos) e também na própria condução da pesquisa, uma vez que não foi possível contato pessoal com essas e outras emissoras. Ainda que sejam de localidades distantes de Curitiba, outras mais próximas poderiam ser visitadas para observação e para a realização de entrevistas pessoais.

De acordo com Godoy (2010), conhecer a história da instituição estudada, caminhar por ela e observar o comportamento das pessoas é uma boa maneira de mapear o trabalho de campo. Por isso, deu-se preferência pelo contato telefônico, para estreitar o relacionamento com os pesquisados e assim, ganhar confiança para o envio das respostas. Não por acaso, as respostas mais completas vieram justamente daqueles que tiveram mais contato com este pesquisador durante as conversas por telefone.

Outro fator importante é o desenvolvimento de habilidades de comunicação. Merriam (1988 *apud* GODOY, 2010) defende que um bom comunicador cria um ambiente de empatia e confiança com os participantes da pesquisa, faz boas perguntas, ouve com atenção e descreve com detalhes os registros de campo, aprimorando assim as apresentações dos resultados. Tal detalhamento está presente nas transcrições na íntegra das entrevistas e questionários abertos respondidos, que compõem os apêndices deste trabalho.

Em complemento à visão de Merriam (1988 *apud* GODOY, 2010), Gil (2010) destaca que certas qualidades do pesquisador influem no êxito de uma pesquisa, entre as quais o conhecimento do assunto a ser pesquisado, curiosidade, criatividade, integridade intelectual, atitude autocorretiva, sensibilidade social, imaginação disciplinada, perseverança, paciência e confiança na experiência. Por isso, a pesquisa prévia da parte teórica deste trabalho contribuiu para um melhor entendimento dos processos técnicos e sociais envolvidos na migração das rádios e deu mais segurança nas abordagens realizadas com os gestores pesquisados. Ainda nesse contexto, a paciência e certa insistência nas solicitações garantiram os dados que compuseram os resultados deste trabalho, com o cuidado e a empatia de entender que muitas vezes, por falta de tempo ou interesse, poderia haver negativas.

Pelo exposto, este trabalho adotou uma pesquisa de campo, de caráter qualitativo para entender como o processo de migração é encarado por emissoras que já realizaram a mudança para a faixa FM no estado do Paraná, considerando aspectos históricos, técnicos, sociais e econômicos. Após as duas entrevistas preliminares, com o engenheiro da AERP e com o gestor da Rádio CBN de União da Vitória (aqui considerada na relação geral dos entrevistados) e com o auxílio da assessoria de imprensa da AERP, chegou-se a lista das 21 rádios consultadas para este trabalho, em um universo de pouco mais de 90 que mudaram de faixa até a conclusão desse estudo, conforme quadro a seguir.

Quadro 6 – Relação das emissoras contatadas na pesquisa

Emissora	Cidade	Contato (responsável)	Houve retorno?
N. Sra. do Rosário	Antonina	Nelson Guedes	Não
Rádio Jornal	Assis Chateaubriand	Paulo Roberto	Não
Chopinzinho FM	Chopinzinho	Elizane Lima	Sim
Rádio Pioneira	Formosa do Oeste	Irineu Alberto	Não
Campo Aberto	Laranjeiras do Sul	João Gourtat	Sim
Educadora	Laranjeiras do Sul	Celso Junior	Não
Rádio Placar	Ortigueira	Álvaro Mattos	Não
Rádio Central do PR	Ponta Grossa	Adriano Silva	Não
Rádio Alvorada	Rebouças	Mariângela	Não
Difusora União (CBN)	União da Vitória	Caíque Agustini	Sim
Vale FM	Verê	Janatan Fabiane	Sim
Rádio Cultura	Apucarana	João Miguel Ignácio	Sim
Paiquerê 91,7 FM	Londrina	André Faria	Sim
Rádio Arapongas	Arapongas	Sydinor Pessoa	Não
Educadora	Jacarezinho	Valdirene Rosa	Sim
Rádio Cabiúna	Bandeirantes	Osvaldo Luiz	Não
Rádio Goioerê	Goioerê	Vacir Ferreira	Sim
Cultura Norte	Paranavaí	Cleberson Francisco	Sim
Inconfidência	Umuarama	Pe. Carlos Figueiredo	Sim
N. Sra. Auxiliadora	Colorado	Silmara	Não
Rádio Fronteira	Terra Roxa	Aginaldo Caetano	Não

Fonte: Organizado pelo autor, com dados da AERP (2020)

Das emissoras consultadas, dez aceitaram participar da pesquisa. As perguntas versaram sobre os processos técnicos e burocráticos da migração; custos; realidade do mercado; competição pela audiência e programação; preparação da equipe; e identidade da emissora junto aos ouvintes.

Em relação à distribuição geográfica das rádios, buscou-se, de acordo com a listagem das rádios encaminhadas pela AERP, certo equilíbrio entre as regiões paranaenses. Algumas regiões, como de Ponta Grossa e litoral, não tiveram rádios contempladas pela falta de retorno dos contatados. A distribuição geográfica das emissoras pesquisadas está no mapa a seguir.

Figura 4 – Distribuição geográfica das emissoras pesquisadas



Fonte: Elaborado pelo autor, com dados da AERP (2020)

4.1 MEMORIAL DA PESQUISA

A ideia inicial desta pesquisa era analisar possíveis rádios migrantes da cidade de Curitiba, uma vez que havia a expectativa que a migração dessas emissoras se realizasse após o desligamento do sinal analógico de TV, que ocorreu na capital paranaense em 31 de janeiro de 2018.

Porém, como a migração ainda não se efetivou após dois anos desse desligamento (apenas três emissoras da região metropolitana o fizeram até a finalização desta pesquisa), o foco passou para as emissoras das demais regiões do estado, onde a migração já é uma realidade.

Por intermédio do orientador desse trabalho, foram obtidos os contatos do engenheiro responsável pelas migrações das rádios pertencentes à Associação das Emissoras de Rádio do Paraná (AERP) e do vice-presidente da associação, diretor responsável por uma rádio migrante do interior do Paraná.

Nessas duas entrevistas iniciais, foi possível delinear mais claramente o cenário e direcionar as perguntas para as demais rádios participantes da pesquisa. Mas como conseguir os contatos das rádios? A solução veio da própria AERP, por meio da sua assessoria de imprensa, que forneceu os contatos (telefone, email e nome da pessoa responsável) a este pesquisador. Desde então, já se sabia que a melhor forma de contato seria por meio telefônico, para fortalecer os vínculos e explicar melhor os objetivos da pesquisa e mobilizá-los para responderem no menor prazo possível.

A cada dois ou três dias, a relação era revista e as ligações refeitas. Cada pesquisado respondeu o questionário após a terceira ou quarta ligação. Claro que havia a insegurança deste pesquisador de se tornar inoportuno, mas também havia a necessidade de atender os prazos para o levantamento.

Destaca-se aqui o esforço de alguns radiodifusores em participar da pesquisa com contribuições efetivas, que fugiram de respostas apenas com “sim” ou “não”, e dispuseram mais tempo para, nas respostas, mostrar com detalhes o cenário em que estão inseridos. Além do primeiro entrevistado, Caíque Agustini, e do engenheiro Elias Augustinho, que foram consultados em uma fase preliminar, os gestores João Gourtat, Fábio Faria, Carlos Figueiredo e João Miguel Ignácio também contribuíram para aprofundamento de vários aspectos que estarão presentes nos relatos a seguir. A estes e aos outros respondentes e entrevistados fica o agradecimento pela contribuição para o entendimento desse fenômeno, que afeta a tecnologia, a comunicação e a sociedade do Paraná.

5. RESULTADOS

Entre os meses de março e junho de 2020, vinte gestores de rádios migrantes de diversas regiões do Paraná foram contatados para responderem uma série de perguntas sobre os aspectos que envolveram a migração de suas emissoras AM para a faixa FM.

Destes, dez responderam às perguntas por email ou em entrevistas por telefone ou aplicativo *WhatsApp*. O engenheiro da Associação das Emissoras de Rádio do Paraná (AERP), Elias Augustinho, também contribuiu com informações por meio de entrevista.

Em média, as dez rádios que participaram da pesquisa permaneceram no ar por 49 anos na faixa AM antes da migração, tendo a mais nova operado em AM por 27 anos (Rádio Campo Aberto, de Laranjeiras do Sul) e a mais antiga, por 76 anos (Rádio União, atual CBN União da Vitória).

Dentro do cenário paranaense, Augustinho (2020, p. 3)¹ relata que muitas rádios perderam o primeiro prazo de migração dado pelo Ministério das Comunicações, mas quando viram o efeito das migrantes, mudaram de ideia. “Aí o Ministério abriu uma nova janela e os caras correram para entrar com o pedido. Quase todas fizeram isso”.

Outra característica de algumas rádios pesquisadas é a relação com a Igreja Católica, seja na programação (como apontado pelas Rádios Campo Aberto, Goioerê e Cultura Norte) ou na propriedade, como é o caso da Rádio Inconfidência. “Temos uma característica bem diferente das outras rádios da cidade, porque somos uma fundação que pertence à Igreja Católica, numa sociedade com índice elevado de católicos” (FIGUEIREDO, 2020, p. 2)². Essa concentração de rádios católicas no cenário estudado encontra correspondência no levantamento de Lima (2011), que afirma que a Igreja Católica possui número considerável de concessões de rádios no Brasil.

A seguir, trazemos os principais assuntos presentes nos relatos e as características das emissoras que fizeram parte desta pesquisa.

¹Entrevista completa com Elias Augustinho, assessor técnico da Associação das Emissoras de Rádio do Paraná (AERP), encontra-se no Apêndice A.

²Entrevista completa com o Padre Carlos Alberto de Figueiredo, Diretor Presidente da Fundação Santa Clara de Assis, mantenedora da Rádio Inconfidência de Umuarama, encontra-se no Apêndice J.

5.1 ASPECTOS TÉCNICOS

Em relação aos trâmites burocráticos junto ao Ministério das Comunicações, algumas rádios não estabeleceram prazos precisos, mas grande parte disse que esperava pela migração há algum tempo.

Para viabilizá-los, as rádios contaram com o apoio de serviços de engenharia, tanto da AERP, como de particulares, como explica o gestor da Rádio Vale FM. “Normalmente, contratamos e temos forte parceria com o Engenheiro Dr. Roberto Lang, que junto com a emissora encaminha todos os documentos dentro dos prazos solicitados” (FABIANE, 2020, p. 1)³.

Para mercados maiores do interior do estado, havia a expectativa de ter a migração somente no *dial* estendido, como ocorrerá em Curitiba. Porém, houve a possibilidade de migração na faixa tradicional, após estudos e negociações políticas, como explicou Elias Augustinho:

Com isso, fomos estudar especificamente as localidades - Londrina, Maringá e outras cidades do interior. Isso foi uma demanda também política. Para reabrir o processo a gente contou ainda com apoio de senadores e deputados federais. Na parte técnica, nosso trabalho foi grande. A nossa associação conseguiu dar um suporte. Fomos à Brasília várias vezes, estudamos vários canais e conseguimos incluir um número maior de canais do plano. Foi mais o trabalho da associação que permitiu que isso acontecesse, sem mexer nos canais já existentes. Primeiro, que você teria que ter a permissão do cara que está usando, e aí isso não iria ocorrer. Imagina você pegar uma Jovem Pan e trocá-la de lugar, não vai fazer nunca. Tivemos que encontrar frequência, canais vagos. (AUGUSTINHO, 2020, p. 1)

Em casos como o de Londrina, houve uma negociação para que canais mais próximos pudessem ser colocados próximos, como explica Augustinho (2020, p. 1): “Para colocar uma rádio no canal em 95.5, temos que respeitar o intervalo de dois canais para cima e para baixo. Ou seja, o novo canal só pode estar lá se as frequências 95,7 e 95,9 estiverem livres para cima, e 95,3 e 95,1 estiverem livres para baixo, nesta localidade ou em cidades próximas”. Com isso, de acordo com dados da Anatel (2020) e do portal Tudo Rádio (2020), das nove rádios AM autorizadas a operar em Londrina, cinco já migraram para a faixa FM.

Alguns entrevistados, como o diretor da Rádio Campo Aberto, afirmaram que a migração era obrigatória, devido à baixa potência da estação original. “Como somos de 1000 watts de potência, não tivemos a opção da migração. Ou nós migrávamos

³Entrevista completa com Janatan Fabiane, diretor da Rádio Vale FM de Verê, encontra-se no Apêndice C.

ou nós fechávamos. Todas as emissoras com sinais de até 1000 watts de potência estavam sendo extintas” (GOURTAT, 2020, p. 1)⁴. Já o da Rádio Cultura, de Apucarana, enfatiza que migração não foi imposta, a não ser que se considerasse um imperativo oculto do mercado. “Pela ótica do governo temos que foi uma oportunidade única de não falecermos num futuro breve. Ressalte-se que a migração nunca foi imposição governamental e sim opção” (IGNÁCIO, 2020, p. 2)⁵.

Para o gestor da Rádio Inconfidência, de Umuarama, a imposição do governo para a migração aparece, mas por outro aspecto: a falta de opção do rádio digital. Após estudos realizados nos anos 2000 pelo Ministério das Comunicações, o trabalho ficou pelo caminho. “O governo impôs a migração para FM, enquanto deveria ter passado tudo para digital, sem passar para FM. Neste sentido, foi uma lástima” (FIGUEIREDO, 2020, p. 2). João Gourtat também concorda com a afirmação de Figueiredo. “Essa era a grande briga do radiodifusor, principalmente daquele do AM (...). Então, a gente sonhava e veio todo aquele trabalho do Ministério das Comunicações com relação à digitalização, mas não deu certo, foi abortado” (GOURTAT, 2020, p. 1).

Sobre a obrigação ou não em migrar, o engenheiro da AERP esclarece que apenas emissoras locais, com potência de até 1kw (como a Campo Aberto), foram obrigadas a fazê-la. Porém, até o momento da entrevista, grande parte das rádios AM no Paraná já havia solicitado a mudança de faixa. “A maioria optou por mudar porque a propagação em ondas médias está muito ruim. Têm interferências elétricas, interferências magnéticas. Você está ouvindo rádio, vai passando, liga um motor, chia, se passa em um poste de luz, mesma coisa (AUGUSTINHO, 2020, p. 2).

Elias Augustinho também contribuiu com explicações técnicas sobre a melhoria da qualidade de som.

A Onda Média tem uma banda de 10 kHz, então a qualidade do áudio é muito baixa. As músicas são em mono, você não pode ter uma grande extensão do sinal como seria uma Frequência Modulada, que tem um canal de 200 kHz. O cara vai ter a possibilidade de operar em estéreo, com qualidade do áudio (...). Ele ganha. (AUGUSTINHO, 2020, p. 5)

A qualidade ruim do som em AM prejudicava outros aspectos das emissoras, conforme afirma João Gourtat.

Até o próprio discurso do vendedor, dos locutores melhoraram, pois nós tínhamos uma dificuldade: a poluição eletromagnética, que vai ser cada vez

⁴Entrevista completa com João Gourtat, gerente geral da Rádio Campo Aberto FM, de Laranjeiras do Sul, encontra-se no Apêndice D.

⁵ Entrevista completa com João Miguel Ignácio, diretor da Rádio Cultura de Apucarana, encontra-se no Apêndice F.

maior (...). É outra realidade, só quem vivia naquela caixa de abelha do AM que sabe da importância da migração. (GOURTAT, 2020, p. 3, 6)

O sinal de baixa qualidade aparece como fator decisivo para a não continuidade na antiga faixa. “O governo simplesmente abandonou as correções e o monitoramento das interferências. Elas só crescem e o AM sofre muito com isso” (FIGUEIREDO, 2020, p.2).

O maior alcance das emissoras é viabilizado também pela recepção do sinal em aparelhos celulares, possível nas transmissões em FM, conforme enfatiza Gourtat (2020).

Hoje é difícil quem não tem o celular. (...) Independente de qual seja a classe social, você vai ter as pessoas portando o celular na mão. (...) O aparelho celular para o FM por si só é um receptor, é cada vez mais inseparável de você. Sem contar a qualidade do áudio. (GOURTAT, 2020, p. 4)

Em relação à escolha da migração para o FM em vez da digitalização do rádio AM, Kischinhevsky (2016, p. 57) afirma que a primeira opção garantiu a inclusão dos sinais das rádios migrantes em telefones celulares, o que poderia não ocorrer caso a segunda opção se concretizasse.

5.2 MERCADO E AUDIÊNCIA

A maioria dos entrevistados ansiava a migração como uma esperança para continuidade das atividades, uma vez que o AM, não sintonizável em aparelhos celulares e com baixa qualidade de som em ambientes urbanos, teve seu alcance diminuído nos últimos anos. Essa melhoria no sinal trouxe reflexos, como exemplifica Vacir Ferreira (2020, p. 1)⁶, da Rádio Goioerê. “Passamos a disputar de igual pra igual com a concorrência direta e aumentou nossa área de abrangência. É uma rádio nova, em todos os sentidos”. Outros gestores explicitam a rejeição comercial ao AM por parte de algumas empresas, como enfatiza Fábio Faria, da Rádio Paiquerê, de Londrina.

Várias empresas de fora de Londrina, de outros estados, não viam mais o AM como mídia. A gente não estava conseguindo vender (comerciais) para essas empresas, mesmo mostrando que nós éramos terceiro lugar entre 20 emissoras AM e FM que existem na cidade. A empresa dizia que não fazia mais rádio AM, o que deixou inviável. (FARIA, 2020, p.2)⁷

A chegada de novos anunciantes também é comemorada por Vacir Ferreira:

⁶Entrevista completa com Vacir Ferreira, gerente comercial da Rádio Goioerê, encontra-se no Apêndice G.

⁷Entrevista completa com André Faria, Diretor comercial da Rádio Paiquerê de Londrina, encontra-se no Apêndice H.

Na verdade, além de novos ouvintes, empresas que não anunciavam antes agora são nossos clientes e elogiam a qualidade do som. Percebemos que aumentou o número de os ouvintes que sintonizam o rádio do carro nas rodovias. Somos sintonizados em um rádio a 120 km. (FERREIRA, 2020, p. 3)

Embora a migração para a faixa FM seja facultativa para grande parte das emissoras, os radiodifusores pesquisados pontuam que permanecer na faixa antiga poderia inviabilizá-los economicamente. É o que afirmam os representantes das rádios Paiquerê e Inconfidência:

Os empresários que ainda não fizeram a migração, ou irão fazê-la ou vão vender as emissoras a grandes grupos ligados à televisão ou igrejas evangélicas. Tocar uma AM sem migrar, a migração daqui a algum tempo será impossível economicamente, a não ser que o empresário tenha outros ramos de investimento. Mas se ele vive só do rádio AM, é quase impossível. (FARIA, 2020, p. 2)

Uma possível sobrevivência do AM no mercado, a meu ver, diz respeito a uma programação muito próxima do povo com super-locutores extremamente populares e com um carisma insubstituível. O que é muito difícil atualmente. (FIGUEIREDO, 2020, p.2)

Essa inviabilidade do rádio AM também aparece no relato do engenheiro Elias Augustinho (2020, p. 2): “O mercado das AMs estava liquidado. Eles estavam sofrendo economicamente, não estavam conseguindo manter em dia suas contas”.

A afirmação dos gestores corrobora a análise de Kischinhevsky (2016) quando diz que o rádio AM, sem a migração, poderia morrer por inanição, sem os investimentos necessários para sua permanência no ecossistema midiático.

Em relação à competição com FMs já estabilizadas no mercado, os radiodifusores entrevistados sentem-se tranquilos. Como a maioria deles manteve grande parte da programação emitida em AM, acreditam que não haja problemas com isso.

Porém, os diretores de duas emissoras enfatizam mais o cenário de concorrência: a CBN de União da Vitória e a Paiquerê, de Londrina. Enquanto a primeira escolheu a segmentação em um mercado que já conta com seis rádios com programações distintas entre si, a segunda se deparou com algo interessante: outra Rádio Paiquerê já presente na faixa FM. Como as duas são de donos distintos, não houve mudança de nome. Segundo o depoimento do gestor da rádio migrante, a diferenciação se dá pela programação das duas, uma vez que a audiência da AM migrante já era expressiva, em um cenário de 20 emissoras em ambas as faixas. “A gente tinha duas emissoras AM entre as cinco primeiras no geral. Já somos muito consolidados, e com o FM a audiência aumentou em torno de 20%” (FARIA, 2020, p. 2).

Elias Augustinho dá outro exemplo de concorrência para as migrantes: as rádios comunitárias, que, segundo o entrevistado, tem menor custo de manutenção do que as rádios comerciais.

Além disso, também tinha outra figura que incomodava bastante, que eram as rádios comunitárias. Inicialmente a rádio comunitária não deveria comercializar, (mas) os caras estavam comercializando, então matava, porque eles não tinham encargos sociais, não tinham funcionários, porque as rádios comunitárias são fundadas em associações de bairro. Não pagam impostos, não têm compromissos sociais, não podem contratar e não podem vender, portanto não teriam faturamento. Mas ninguém vive sem faturamento. Pagam jornalistas e radialistas com salários menores do que o mercado, que é obrigação e vende comercial a três, cinco reais, matando a rádio comercial. (AUGUSTINHO, 2020, p.2-3)

Grande parte dos entrevistados diz ser difícil mensurar a audiência em seus mercados de atuação, pois para isso seria necessário contratar um único instituto de pesquisa para todas as emissoras, o que não é possível. “As pesquisas realizadas atualmente infelizmente são repletas de inconsistências. Coisas absurdas que qualquer leigo pode constatar” (IGNÁCIO, 2020, p. 3). Porém, mesmo sem pesquisas contratadas, existe uma percepção de melhoria, como exemplifica o gestor da Rádio Inconfidência: “Não conseguimos mensurar em pesquisa de audiência oficial e paga. Mas temos o segundo lugar na mensuração de audiência na internet marcada pelo site radios.com.br” (FIGUEIREDO, 2020, p. 4).

Essa dificuldade em ter diagnósticos precisos sobre o público já foi relatado no trabalho de Silva *et al* (2018). De acordo com os autores, a falta de instrumentos para conhecer seus públicos deixa mais difícil o estabelecimento de estratégias e possibilidades de transformações no cenário de transmissão em FM.

Sendo assim, os gestores baseiam-se nas percepções dos ouvintes para conduzir suas respostas, como na visão apresentada por Kaseker (2012), em que as trocas de vivências entre os consumidores de tecnologia promovem uma interação única.

Como o AM é um meio consumido por um público de mais idade, “as pessoas mais idosas tiveram um pouco de dificuldade de aceitar as mudanças para FM” (LIMA, 2020, p. 2)⁸. Esse conflito geracional também é apontado por outros gestores. “A nova geração tem preconceito com o AM, principalmente as pequenas emissoras que não têm poder aquisitivo para investir em bons profissionais e equipamentos modernos” (FERREIRA, 2020, p. 2). “Começamos a olhar mais para os jovens, apesar de nossa audiência ser majoritariamente adulto/idosa. Também os locutores

⁸Entrevista completa com Elizane Roncem de Lima, responsável pelo setor financeiro da Rádio Chopinzinho FM, encontra-seno Apêndice E

foram orientados para uma linguagem que melhor se adeque à FM” (FIGUEIREDO, 2020, p. 2).

Nesse contexto, também aparece o reconhecimento ao antigo ouvinte. “Por termos uma história de 60 anos de trabalhos prestados num perfil, não poderíamos simplesmente descartá-lo. Aliás, se hoje ainda nos mantemos é por conta da programação que veio do AM” (IGNÁCIO, 2020, p. 2).

A preocupação apresentada pelas emissoras encontra respaldo em Ferraretto (2014), ao lembrar que o rádio demanda empatia com o público. É o que o autor chama de construção de identidade. Em um reflexo disso, para quase a totalidade dos entrevistados, as rádios não perderam a identidade com seus públicos.

5.3 ADAPTAÇÕES DE EQUIPE E PROGRAMAÇÃO

Quando o assunto é a adaptação da equipe, percebe-se que isso ocorreu de diferentes maneiras entre as emissoras analisadas, seja por necessidade de mudança da linguagem ou do perfil de programação. A nova afiliada da CBN, que iniciou operações após interromper a programação de uma antiga rádio AM com mais de 70 anos, recorreu à equipe do jornal impresso do mesmo grupo para poder atender a uma nova demanda na área jornalística. Já a Campo Aberto aumentou sua participação nas redes sociais com a vinda para o FM. Pode-se dizer que essa preocupação reflete o que Kischinhevsky (2016) afirma a respeito da relação rádio-redes sociais. Para o autor, há uma forte articulação entre as duas, ao mesmo tempo em que essa relação reflete a concorrência e a pulverização das audiências.

A Rádio Paiquerê contratou um profissional com experiência na nova faixa para treinar a antiga equipe. As rádios Goioerê, Cultura e Inconfidência pontuaram em seus depoimentos que os ajustes na equipe focaram em não desagradar o público, ao mesmo tempo em que a equipe precisou adaptar o modo de trabalho. Destaca-se aqui a fala do Padre Carlos Alberto de Figueiredo: “Apesar das orientações, o jeito de fazer rádio AM ainda está arraigado na vida de muitos locutores. Apesar desta dificuldade, nossos ouvintes permaneceram e estamos buscando novos” (FIGUEIREDO, 2020, p. 3).

Contratações e demissões refletiram esse conflito entre o tradicional e a necessidade de mudanças: “Houve demissões e mudanças de atividades profissionais para a adaptação à nova realidade de FM, que exigia um time menor. Mas também a situação econômica ajudou a empurrar para esta situação”

(FIGUEIREDO, 2020, p. 3). Embora o gestor tenha dito haver demissões, não informou o número dos demitidos e nem de contratados em função da migração.

De acordo com Caíque Agustini, diretor da Rádio CBN União da Vitória e vice-presidente da Associação das Emissoras de Rádio do Paraná (AERP), existem dois cenários para as rádios que mudaram sua faixa de transmissão. Há as que mudam automaticamente do AM para o FM com suas programações, com resultado positivo de faturamento e de audiência; e há aquelas que fazem uma modificação mais drástica, que acabam com a programação do AM para se filiarem a uma cadeia de rádio. A maioria das rádios entrevistadas ficou com a primeira opção, com pequenas variações apenas para adaptação de linguagem e audiência, com a inserção de novos programas, compra de vinhetas, trilhas, programas prontos ou presença maior em redes digitais. A única rádio pesquisada que se filiou a grandes redes de rádio após a migração foi justamente a CBN, de propriedade de Agustini.

Em relação às mudanças pontuais de programação, presentes na maioria das rádios pesquisadas, o destaque fica por conta da prestação de serviços e o envolvimento com a comunidade, características tradicionais do rádio AM, que permanecem na nova faixa. “A Campo Aberto tem uma programação muito envolvente, com o trabalho de ajuda às pessoas, envolvida com a comunidade, temos departamento de jornalismo, de esportes e o Padre Reginaldo em nossa programação” (GOURTAT, 2020, p. 6).

A preocupação com a comunidade encontra respaldo no conceito de Kaplún (2008), que conceitua o rádio como um promotor de desenvolvimento, com a função social de atender às necessidades da população.

Mais uma vez, o conflito entre o novo e o antigo aparece nos ajustes de programação. Na Rádio Paiquerê, houve dois exemplos de mudança. A primeira, um programa com notícias e música de estilo adulto-contemporâneo no período da tarde foi bem recebida pela audiência. Já a retirada do sertanejo raiz da madrugada provocou reclamações e a mudança foi desfeita posteriormente.

Das 4 às 5h30 da manhã nós tínhamos um programa de sertanejo bem raiz. Com a mudança, nós retiramos e houve surpreendentemente reclamações em relação a essa retirada. Mas aí como é um horário que não tem grande audiência, nós retornamos. De resto não teve reclamação nenhuma (...). O resto da programação é exatamente igual a da época da AM. (FARIA, 2020, p.3)

A troca completa da programação também trouxe conflitos, porém, para o radiodifusor que fez essa escolha, a opção por uma nova rádio era uma necessidade do mercado.

Foi muito difícil fazer essa escolha, e principalmente este desligamento. A gente acabou fechando o caixão de uma história muito grande. Por outro lado, nós encerramos um ciclo para fazer jornalismo em FM, algo totalmente necessário no mundo em que vivemos hoje. Além disso, em nossa região faltava uma marca relevante e de opinião como a CBN já faz há 27 anos. (AGUSTINI, 2020, p. 3)⁹

Por fim, um dos gestores evitou fazer comparações de programações tradicionais em AM e FM, uma vez que já seriam semelhantes.

Hoje quem adota este termo Programação de AM é quem não vive o meio. Há muitos anos o FM deixou de ser FM para virar AM no quesito programação. Tido com brega, a programação de AM, hoje incorporada às FMs é que detém as grandes audiências. (IGNÁCIO, 2020, p.2)

Pelo exposto, o estudo atual encontra semelhanças com o diagnóstico já realizado anteriormente por Silva *et al* (2018), em que as rádios migrantes do Paraná à época apontaram a melhoria da qualidade de som como o principal motivo para a migração. Houve mudança de programação na maioria das rádios, no todo ou em partes, com a inserção de novas vinhetas, programas e no segmento musical da rádio. Aqui, a melhoria do sinal é um fator importante, mas os demais aspectos encontram-se em equilíbrio nas respostas apresentadas neste trabalho e no realizado anteriormente.

5.4 INVESTIMENTOS

Antes de entrar no ar na faixa FM, as emissoras interessadas precisam pagar a outorga, que custa cerca de R\$ 50 mil e renovar equipamentos, como explica Elias Augustinho (2020, p. 3): “Ela vai gastar em torno de R\$ 200 mil, com troca de equipamentos e torre, mais o custo da migração, vai até uns R\$ 250 mil”. Entre as rádios que divulgaram seus custos para migração, a média de investimento foi maior do que a estimativa do engenheiro: R\$ 553,5 mil.

Em relação ao retorno desse investimento, é preciso lembrar que a pesquisa de campo realizou-se durante a pandemia de Covid-19. Nesse sentido, várias emissoras colocaram o impacto da atividade econômica na recuperação do investimento em equipamentos e pessoal para migração, que já era, a princípio, de vários anos. Quem exemplifica é o diretor da Rádio Cultura, João Miguel Ignácio: “Já se passaram três anos e por conta de problemas de ordem política e econômica que agora, somados com a questão da pandemia, não nos permitiram recuperar nada” (IGNÁCIO, 2020, p. 1). Por outro lado, na opinião do gestor da Rádio Goioerê, a

⁹ Entrevista completa com Caique Augustini, vice-presidente da AERP e diretor da Rádio CBN de União da Vitória, encontra-se no Apêndice B.

migração valorizou a empresa: “Depende como se faz esta avaliação (recuperação), pois o custo-benefício pelo simples fato de migrar valorizou a empresa. Se valia R\$ 1 milhão de Reais, passou a valer R\$ 3 milhões” (FERREIRA, 2020, p. 1).

O quadro a seguir traz os principais aspectos levantados nas entrevistas e nos questionários respondidos.

Quadro 7 – Principais aspectos apontados pelas emissoras pesquisadas

Emissora	CBN (União da Vitória)	Campo Aberto (Laranjeiras do Sul)	Chopinzinho FM	Cultura (Apucarana)	Vale FM (Verê)
Entrada no ar no AM	1941	1990	1978	1957	1990
Entrada no FM	2017	2018	2018	2017	2017
Respondente	AGUSTINI (2020)	GOURTAT (2020)	LIMA (2020)	IGNÁCIO (2020)	FABIANE (2020)
Trâmites no MC	-	Duraram três anos, mas havia a expectativa desde 2010	-	Compra de equipamentos antecipada em relação à concessão nova. Trâmites em seis meses	Não citou prazos, mas contou com consultoria externa.
Custos (investimento e previsão de retorno)	-	R\$ 1 milhão, com amortização durante 12 anos. Menciona Covid como interferência no faturamento.	R\$ 1,5 milhão. Venderam cotas para novos investidores, com recuperação em mais de 10 anos	Não revelou valores, mas esperava recuperar o investimento em três anos. Devido à pandemia, ainda não foi possível	R\$ 500 mil. Espera recuperar em cinco anos.
Migração é a melhor solução?	Sim, em função da tecnologia	Sim, como era de baixa potência teria que migrar.	Sim, uma necessidade da empresa	Sim, em função da tecnologia	Necessidade adequação ao Ministério das Comunicações
Competição na cidade	Outras rádios têm programação em segmentos diferentes da CBN	Líder de audiência. Tem outra migrante, uma comercial e outra comunitária, todas em FM	Não cita as outras rádios da região, mas diz que encontra dificuldades de praticar valores adequados nos comerciais	Não mudou. Perfis das outras rádios é diferente. Credita à atualização pontual da programação a fidelização da audiência.	Normal, mantém parceria, mas não especifica de que tipo.
Adaptação da Equipe	Aproveitamento da equipe do jornal impresso do mesmo grupo	Sim, para direcionar o trabalho também para redes sociais. Compra programetes de estúdios externos.	Houve demissões	Demissões após um ano da migração, por falta de adaptação. Houve contratações também.	Houve contratações
Reação da Audiência	Dentro do esperado, cerca de 1/3 da audiência da antiga AM aderiu à nova programação	Elogios quanto à qualidade do som.	Pessoas idosas sentiram dificuldade em se adaptar ao FM	Reclamações e elogios dentro do normal. Relata dificuldade em fazer pesquisas de caráter oficial devido a inconsistências.	Não informa ranking, nem cenário, mas procura estar em contato com o ouvinte e comércio para que a audiência aumente.
Sinal	-	Melhorou dentro da área de abrangência.	Melhorou, com um aumento grande da audiência fora do município	-	-
Programação mudou?	Sim, saiu de AM tradicional para afiliação à grande rede	Não, manteve com nova roupagem (trilhas)	Não houve grandes mudanças	Atualização na parte musical.	Manteve a essência da programação, que é a interação com o ouvinte regional
Outras questões relevantes	Pesquisa para troca de programação, baseada na expectativa de segmentação da audiência	Importância do celular para a recepção, que não ocorre no AM	-	É contra as terminologias de programação AM/FM, pois, segundo o gestor, a programação de AMs, hoje incorporada às FM's é quem detém as grandes audiências.	-

Emissora	Goioerê	Cultura Norte (Paranavaí)	Paiquerê 91,7 (Londrina)	Inconfidência (Umuarama)	Educadora (Jacarezinho)
Entrada no ar no AM	1963	1956	1957	1980	1970
Entrada no FM	2017	2017	2019	2020	2017
Respondente	FERREIRA (2020)	FRANCISCO (2020)	FARIA (2020)	FIGUEIREDO (2020)	ROSA (2020)
Trâmites no MC	Não foi demorado, pois havia canal disponível	Duraram três anos	Não citou prazos, mas foi rápido em razão da abertura posterior para migração em cidades maiores	Cumpriram todos os prazos estabelecidos pelo MC, mas planejam desde 2013	Afirma que em 30 dias (provável que seja nos trâmites internos)
Custos (investimento e previsão de retorno)	R\$ 258 mil. Não fala de tempo, mas acredita que o investimento triplicou o valor da empresa.	Em torno de R\$ 250 mil. Espera recuperar em cinco anos.	R\$ 400 mil. Recuperação indefinida devido à pandemia.	R\$ 450 mil. Expectativa de recuperação em 10 anos, devido à grande disputa de mercado.	R\$ 70 mil, com recuperação em dois anos.
Migração é a melhor solução?	Sim, era um desejo para aumentar competitividade com outras FMs	Sim, uma necessidade da empresa	Melhor solução, pois é uma rádio com muitos funcionários e havia rejeição de alguns anunciantes pelo AM.	Solução econômica devido à derrocada do AM, mas imposição, pois MC deveria estimular o rádio digital.	Sim, pois tem que acompanhar as mudanças
Competição na cidade	Não cita concorrentes, mas diz que a marca ainda está em consolidação na nova faixa.	Brigando pelo primeiro lugar com as mais tradicionais.	Não houve modificações no cenário, já tinha grande audiência e sua concorrente em AM também migrou.	É diferente das outras rádios, pois tem orientação católica. Mesmo não buscando lucro, visa qualidade.	Tem mercado para todos
Adaptação da Equipe	Sim, houve algumas variações, mais pontuais para não desagradar público tradicional.	Houve contratações	Houve uma contratação, para o horário da tarde, que teve programação modificada em relação ao período em AM	Adaptação da linguagem, com dificuldades dos locutores, que confundiam e falavam como no AM.	Toda mudança tem suas dificuldades para adaptação. Não houve demissões nem novas contratações
Reação da Audiência	Percebe melhoras a cada dia. Conquistou público novo.	Reclamações e elogios	Aumento de 20%, passando do 3º para o 2º lugar. Sertanejo da madrugada voltou no FM após reclamações.	Não houve pesquisas oficiais, mas na internet é a segunda mais ouvida da cidade.	Mais elogios que críticas. Audiência dobrou, com maior interatividade.
Sinal	Aumentou área de abrangência. Ouvintes relatam melhoria da qualidade de som	Relata melhorias, mas não cita quais.	-	Melhora da qualidade de som	Obteve alcance regional
Programação mudou?	Sem mudanças radicais. Aumentou jornalismo e música, com nova roupagem.	Sim, de uma programação mais variada para programação católica	Período da tarde, passando a veicular notícia e músicas estilo adulto contemporâneo.	Mudaram alguns programas, visando os jovens, apesar de a audiência ser adulto/idoso.	Musical, produção, locução tudo mudou, tivemos que nos adequar a linguagem do FM
Outras questões relevantes	Nova geração tem preconceito com AMs e pequenas emissoras não têm poder de investimento.	-	Agora, há duas Rádios Paiquerê em FM, com programações e proprietários distintos. A emissora migrante é tradicional no esporte e jornalismo.	Governo abandonou o AM, pois não corrige interferências. A não opção pelo digital foi um desastre.	Identidade da rádio com o público ficou mais forte após a migração.

Fonte: Elaborado pelo autor.

5. CONCLUSÃO

O objetivo deste trabalho foi investigar como um grupo de rádios paranaenses que migraram da faixa AM para FM se adaptou à mudança de frequência no que se refere à programação, custos, mercado e relação com os ouvintes.

A aplicação e o desenvolvimento da pesquisa, com a realização de entrevistas e a questionários junto a gestores das emissoras revelaram os fatores que permitem avaliar como está o cenário dessa mudança.

Em relação ao objetivo geral, foi possível entender como o processo de migração dessas rádios opera. Mesmo com o desenvolvimento de tecnologias que proporcionam a recepção radiofônica por diversas formas, a emissão tradicional, direcionada aos aparelhos receptores, ainda é relevante. O rádio convive com a TV e com a Internet, e agora também com *podcasts*, agregadores de música e serviços de streaming.

Os entrevistados trouxeram em suas respostas algo que foi pontuado no referencial teórico: a preocupação da relação que o rádio estabelece com o ouvinte, cerne deste veículo desde a sua criação. Mesmo com dificuldade em aferir audiência em pesquisas oficiais, existe a percepção dessa relação na participação do ouvinte, na interação em redes sociais e nas sugestões de mudança (ou manutenção) da programação que veio do AM, algo que ocorreu de forma pontual na grande maioria das emissoras consultadas.

Foi possível ainda confirmar que os meios de comunicação brasileiros continuam em relação próxima, seja favorável ou conflituosa, com os agentes governamentais responsáveis por sua regulamentação. Foi assim no surgimento do FM, na veiculação da Voz do Brasil, na censura durante o período militar, na tentativa da digitalização e não é diferente na migração das AMs. A espera da regulamentação da faixa estendida, anteriormente utilizada pela TV analógica, impede que um número maior de emissoras se mude para o FM. Ainda assim, acertos na relação política e na representação das rádios junto ao governo possibilitam que o Paraná seja o estado em que o maior número de rádios já estejam operando em FM na atualidade.

A “nova” faixa (que na verdade já é regulamentada no Brasil há quase 50 anos) possui melhor qualidade de som, fator preponderante para melhoria de recepção, potencial aumento da audiência e do faturamento, o que motiva os

radiodifusores a investir na modernização dos equipamentos e nos ajustes das equipes. Ainda que o ambiente econômico esteja desfavorável, entre outros motivos pela pandemia de Covid-19 (que interferiu também no modo de conclusão deste trabalho), os entrevistados mostram-se confiantes com o novo cenário vislumbrado nas operações em FM, uma vez que a rejeição a essa faixa, por parte dos anunciantes, é menor.

Nesse sentido, é unânime entre os pesquisados a ideia de que a migração era a melhor solução, em razão da atualização da tecnologia, melhor qualidade de som e alcance na audiência. Foi a forma encontrada para trazer equilíbrio entre a necessidade econômica e fidelização do ouvinte. Adaptações nas equipes foram necessárias, em especial em programas que não se adequariam à faixa FM ou em iniciativas para alcançar um novo público, via redes sociais.

Ainda assim, quase todos os pesquisados preocuparam-se com o público já cativo dessas emissoras. Como já estavam há décadas com o mesmo tipo de transmissão, houve uma preocupação em manter a identidade com os antigos ouvintes após a migração. Por isso, percebeu-se certo cuidado com as alterações, para que elas não causassem estranheza e afetassem a identidade dessas rádios com o público mais tradicional.

A escolha pela análise do processo de migração tecnológica do meio rádio como um todo se dá por ser um fenômeno recente. Hoje ainda não é possível, até pelo número diminuto de emissoras, fazer uma análise que considere o radiojornalismo na migração no Paraná, por exemplo. Entretanto, o estudo deste fenômeno, tal como descrito até aqui, também deve ser objeto de preocupação dos profissionais e pesquisadores do jornalismo, que testemunham e reportam a interferência e adaptação das formas de comunicação na sociedade.

Como a migração das emissoras é um processo que está em andamento no momento, trabalhos futuros poderão fazer novas abordagens sobre esse fenômeno, tais como das rotinas produtivas do jornalismo e da função social destas emissoras, assim como aspectos da convergência tecnológica e como os outros meios de escuta hoje existentes alteram a recepção e o consumo do rádio. Ressalta-se que até aqui se procurou entender o que se tem até agora na relação das rádios com o público e com o mercado consumidor no modo de recepção e tecnologia tradicionais.

Pelo exposto, é importante o acompanhamento deste processo que modificará, mas não acabará com a interação dos ouvintes com o rádio. Prova disso é que, desde os estudos do padre Landell de Moura e o surgimento das rádios clubes

já se passaram mais de um século de história de um meio de comunicação que sobrevive, se reinventa e se adapta às influências econômicas, políticas, sociais e tecnológicas.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES. **Canais de Radiodifusão**. 2020. Disponível em: <<http://sistemas.anatel.gov.br/se/public/view/b/srd.php>>. Acesso em: 16 ago. 2020.

AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES. **Mosaico**: canais de radiodifusão. Canais de Radiodifusão. 2020. Disponível em: <http://sistemas.anatel.gov.br/se/public/view/b/srd.php>. Acesso em: 16 ago. 2020.

AGUSTINI, Caíque. **Entrevista concedida a João Cubas Martins**. Curitiba, 9 mar. 2020. A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice "B" deste trabalho.

ALMEIDA, B. Hamilton. **O outro lado das telecomunicações: a saga do Padre Landell**. Porto Alegre: Sulina/ARI, 1983.

ARNHEIM, Rudolf. **Estética Radiofônica**. Trad. Esp. de Manuel F. Blanch. Barcelona: Gustavo Gili, 1980.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMISSORAS DE RÁDIO E TELEVISÃO (Brasília). **Rádio Progresso é a primeira emissora do país a migrar para o FM**. 2016. Disponível em: <https://www.abert.org.br/web/index.php/notmenu/item/24851-radio-progresso-sera-a-primeira-emissora-do-pais-a-migrar-para-o-fm>. Acesso em: 16 ago. 2020.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMISSORAS DE RÁDIO E TELEVISÃO (Brasília). **MIGRAÇÃO AM-FM**. 2020. Disponível em: <https://www.abert.org.br/web/migracao-am.html>. Acesso em: 16 ago. 2020.

AUGUSTINHO, Elias. **Entrevista concedida a João Cubas Martins**. São José dos Pinhais, 7 mar. 2020. A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice "A" deste trabalho.

BETTI, Juliana Gobbi. Migração das emissoras em amplitude modulada: as vozes do novo dial brasileiro. In: **X Conferência Brasileira De Mídia Cidadã E V Conferência Sul-Americana De Mídia Cidadã**. Bauru: Unesp, 2015. p. 1-15.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas linguísticas**. São Paulo: Editora da USP, 1996

BONIN, Jiani Adriana. Explorações sobre práticas metodológicas na pesquisa em comunicação. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 1, n. 37, p.121-127, dez. 2008. Disponível em: <<http://link.galegroup.com/apps/doc/A197040691/AONE?u=capes&sid=AONE&xid=27e21fb2>>. Acesso em: 18 jan. 2018.

BRASIL. **Decreto nº 8139, de 07 de novembro de 2013**. Dispõe sobre as condições para extinção do serviço de radiodifusão sonora em ondas médias de caráter local, sobre a adaptação das outorgas vigentes para execução deste serviço e dá outras providências. Brasília, 07 nov. 2013.

BRASIL. **Lei nº 13644, de 4 de abril de 2018.** Altera a Lei nº 4.117, de 27 de agosto de 1962, para dispor sobre o horário de retransmissão obrigatória do programa oficial dos Poderes da República pelas emissoras de radiodifusão sonora. Brasília, DF, Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13644.htm>. Acesso em: 1 maio 2019.

BUCCI, Eugênio. **Em Brasília, 19 horas: a guerra chapa-branca e o direito à informação no primeiro governo Lula.** Rio de Janeiro, Record, 2008.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** 17. ed. rev. e atual São Paulo: Paz & Terra, 2016. 2 v. (A era da informação: economia, sociedade e cultura, v. 1). Inclui bibliografia e índice. ISBN 9788577530366.

CASTRO, José de Almeida. **História do Rádio no Brasil.** 2014. Disponível em <https://www.abert.org.br/web/index.php/notmenu/item/23526-historia-do-radio-no-brasil>:. Acesso em 14 ago. 2020

CHAGAS, Cenira. **Radiodifusão no Brasil: poder, política, prestígio e influência.** São Paulo: Atlas, 2012.

CHAIA, Vera L. Michalany. **A liderança política de Jânio Quadros (1947-1990).** Ibitinga: Humanidades, 1991.

DEL BIANCO, Nélia. **Atuação do conselho consultivo do Rádio Digital: em busca de um formato de digitalização adequado à realidade brasileira.** INTERCOM. Manaus, AM, 2013.

DEUTSCHE WELLE. **Hertz demonstra existência das ondas eletromagnéticas.** 2019. Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/1888-hertz-demonstra-existencia-das-ondas-eletromagneticas/a-678473>. Acesso em: 14 ago. 2020.

FABIANE, Janatan. **Pesquisa sobre migração AM/FM.** Mensagem recebida pelo email jcubas84@gmail.com em 20 abr. 2020. O conteúdo encontra-se transcrito no Apêndice "C" deste trabalho.

FARIA André. **Entrevista concedida a João Cubas Martins.** São José dos Pinhais, 15 jun. 2020. A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice "H" deste trabalho.

FERRARETTO, Luiz Artur. Um roteiro para compreender o rádio em sua fase de convergência. In: KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação.** Rio de Janeiro: Mauad, 2016. Cap. 1. p. 9-11.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: Teoria e Prática.** São Paulo: Summus, 2014.

FERREIRA, Vacir. **Pesquisa sobre migração AM/FM.** Mensagem recebida pelo email jcubas84@gmail.com em 20 maio. 2020. O conteúdo encontra-se transcrito no Apêndice "G" deste trabalho.

FIGUEIREDO, Carlos Alberto de. **Pesquisa sobre migração AM/FM.** Mensagem recebida pelo email jcubas84@gmail.com em 16 jun. 2020. O conteúdo encontra-se transcrito no Apêndice "J" deste trabalho.

FRANCISCO, Cleberson. **Pesquisa sobre migração AM/FM**. Mensagem recebida pelo email jcubas84@gmail.com em 16 jun. 2020. O conteúdo encontra-se transcrito no Apêndice "I" deste trabalho.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS (Rio de Janeiro). **Rádio Nacional**. Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil. Disponível em: <http://www.fgv.br/cpd/doc/acervo/dicionarios/verbete-tematico/radio-nacional>. Acesso em: 05 set. 2020.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 184p.

GODOY, Arilda Schmidt. Estudo de Caso Qualitativo. In: GODOI, Cristiane Kleinubing; BANDEIRA-DE-MELLO, Rodrigo; SILVA, Anielson Barbosa da (Orgs.). **Pesquisa Qualitativa em Estudos Organizacionais**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010. Cap. 4. p. 115-146.

GOURTAT, João. **Entrevista concedida a João Cubas Martins**. São José dos Pinhais, 21 abr. 2020. A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice "D" deste trabalho.

IGNÁCIO, João Miguel. **Pesquisa sobre migração AM/FM**. Mensagem recebida pelo email jcubas84@gmail.com em 19 maio. 2020. O conteúdo encontra-se transcrito no Apêndice "F" deste trabalho.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Divisão regional do Brasil em regiões geográficas imediatas e regiões geográficas intermediárias : 2017 / IBGE, Coordenação de Geografia**. - Rio de Janeiro : IBGE, 2017. Disponível em: https://www.ibge.gov.br/apps/regioes_geograficas/ Acesso em: 16 ago. 2020.

INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL. **Relação dos Municípios do Estado ordenados segundo as Regiões Geográficas Intermediárias e as Regiões Geográficas Imediatas do IBGE - Paraná - 2017**. Disponível em: <https://bit.ly/31XRozR> Acesso em: 16 ago. 2020.

KAPLÚN, Mario. A natureza do meio: Limitações e possibilidades do rádio. In: MEDITSCH, Eduardo; ZUCOLOTO, Valci (Org.). **Teorias do rádio: textos e contexto**. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2008. Cap. 4. p. 81-90.

KASEKER, Mônica Panis. **Modos de ouvir: a escuta do rádio ao longo de três gerações**. Curitiba: Champagnat, 2012.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad, 2016. 152 p.

KLÖCKNER, Luciano. **Linha do tempo do rádio no Brasil**. In: HAUSMAN, Carl et al. **Rádio: produção, programação e performance**. São Paulo: Cengage Learning, 2011. p. 459-469.

LE MOS, Alexandre Zaghi. **Internet e OOH crescem share no fechamento do Cenp-Meios 2019**. 2020. Meio & Mensagem. Disponível em:

<https://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/2020/04/29/Internet-e-oooh-crescem-share-no-fechamento-do-cenp-meios-de-2019.html>. Acesso em: 27 ago. 2020.

LIMA, Artur Venicio de. **Regulação das comunicações**: história, poder e direitos. São Paulo: Paulus, 2011. 254 p.

LIMA, Elizane Roncem de. **Pesquisa sobre migração AM/FM**. Mensagem recebida pelo email jcubas84@gmail.com em 15 maio. 2020. O conteúdo encontra-se transcrito no Apêndice "E" deste trabalho.

LUSTOSA, Ubiratan. **Um pouco da história da Rádio Clube Paranaense**. Disponível em: <http://www.ulustosa.com/PrimordiosRadio-Capitulo7-8.htm>. Acesso em: 28 nov. 2018.

MANSUR, Fernando. **No ar o sucesso da Cidade: a que pegou todo mundo de surpresa**. Rio de Janeiro: Editora Jornal do Brasil, 1984.

MCLEISH, Robert. **Produção de rádio**: um guia abrangente de produção radiofônica. São Paulo: Summus, 1999. 244 p. Tradução de Mauro Silva.

MELECH, Ana Maria de Souza; QUADROS, Claudia Irene de; GODOY, Elisangela Ribas; KASEKER, Mônica Panis. O futuro (distante?) do rádio digital em Curitiba. **Intercom**, Santos, p. 1-15, 2007.

MELECH, Edgard Cesar. JOGOS DO SENSÍVEL NA HISTÓRIA DA MÍDIA: O CASO DA RÁDIO IGUAÇU - AM 670. **Mosaico**, Vassouras, v. 8, n. 2, p. 173-182, dez. 2015. Disponível em: <http://seer.pucgoias.edu.br/index.php/mosaico/article/viewFile/4433/2555>. Acesso em: 06 set. 2020.

MENEZES, José Eugenio de Oliveira. Cultura do ouvir: vínculos sonoros na contemporaneidade. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, Santos, p. 1-13, set. 2007.

MERLEAU-PONTY, Maurice. **O visível e o invisível**. São Paulo: Perspectiva, 2003.

MICHEL, Maria Helena. **Metodologia e Pesquisa Científica em Ciências Sociais**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009. 204 p.

MOREIRA, Sonia Virgínia. La radio en Brasil. IN: MERAYO, Arturo (coord.). **La radio en Iberoamérica: evolución, diagnóstico y prospectiva**. España: Comunicación Social, 2007.

OROZCO, Guillermo. **La condición comunicacional contemporánea. Desafíos latinoamericanos de la investigación de las interacciones en la sociedad**. Quito: Editorial Quipus, CIESPAL, 2011.

PRATA, Nair. **Webradio**: novos gêneros, novas formas de interação. Florianópolis: Insular, 2009.

PRATA, Nair; BIANCO, Nélia R. del (Org.). **A migração do rádio AM para FM: Avaliação de Impacto e desafios frente à convergência tecnológica.** Florianópolis: Insular, 2018. 394 p.

QUADROS, Mirian Redin de. **As redes sociais no jornalismo radiofônico: as estratégias interativas adotadas pelas rádios Gaúcha e CBN.** Dissertação de mestrado em Comunicação. Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria, 2013.

RÁDIO JOVEM PAN. **JOVEM PAN dará início a testes de migração da faixa AM para a FM.** 2014. Disponível em: <https://jovempan.com.br/noticias/jovem-pan-dara-inicio-testes-de-migracao-da-faixa-am-para-fm.html>. Acesso em: 06 set. 2020.

ROMANCINI, Richard; HORTA, Patrícia. Da galena ao podcasting: o rádio no Brasil e no mundo. **Mídias na Educação**, Macapá, p. 1-4, 2012. Disponível em: <https://www2.unifap.br/midias/files/2012/04/radiohistoria.pdf>. Acesso em: 14 ago. 2020.

ROSA, Valdirene. **Pesquisa sobre migração AM/FM.** Mensagem recebida pelo email jcubas84@gmail.com em 22 jun. 2020. O conteúdo encontra-se transcrito no Apêndice "K" deste trabalho.

SABBAH, Françoise. The New Media. In CASTELLS, Manuel (org.). **High Technology, Space and Society.** Beverly Hills, CA; Sage. 1985

SANTOS, César Augusto Azevedo. **Quem inventou o rádio?** Passo Fundo: Clio, 2001.

SILVA, Ana Carolina de Araújo et al. Processos de migração AM-FM de emissoras do interior do Paraná.: vivências e desafios. In: PRATA, Nair; BIANCO, Nélia R. del (Org.). **A migração do rádio AM para FM: Avaliação de Impacto e desafios frente à convergência tecnológica.** Florianópolis: Insular, 2018. p. 238-248.

SILVA, Heitor da Luz. **Rock e Rádio FM: Fluminense Maldita, Cidade Rock e o circuito musical.** Niterói: Editora da UFF, 2013.

TAVARES, Mariza; FARIA, Giovanni (Org.). **CBN, A rádio que toca notícia.** Rio de Janeiro: Senac Rio, 2006. 152 p.

TAVARES, Reynaldo C. **Histórias que o rádio não contou.** 2. ed. São Paulo: Harbra, 1999.

TUDO RÁDIO. **O Rádio: Migração das AMs - Levantamento no FM.** 2020. Disponível em: <https://bit.ly/2SgDYso> . Acesso em: 16 ago. 2020

TUDO RÁDIO. **RB2 encerra as suas transmissões em Curitiba. Evangelizar assume o canal.** 2017. Disponível em: <https://bit.ly/2Qo8Cmf>. Acesso em: 28 nov. 2018.

VAZ FILHO, Pedro Serico. **A História do Rádio Brasileiro na Perspectiva dos Jornais e Revistas do Século XX.** 2009. 173 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2009.

WITIUK, Luiz. **O som das ruas:** Um estudo sobre o radiojornalismo curitibano. Curitiba: Instituto Cultural de Jornalistas do Paraná, 2008. 316 p.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso.** Planejamento e Métodos. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010. 248 p.

ZALTRÃO, Claudia Josiani dos Santos. **Resgate da Memória Científica Nacional: a Obra do Padre Roberto Landell De Moura.** 2006. 42 f. TCC (Graduação) - Curso de Gestão da Informação, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2006.

APÊNDICES

APÊNDICE A

Entrevista e dados obtidos com Elias Augustinho, assessor técnico da Associação das Emissoras de Rádio do Paraná (AERP), realizada no dia 07 de março de 2020.

A migração no Paraná, em comparação com outros estados, está avançada. (Até o final de 2019, são 84 emissoras com migração autorizada. Destas, 54 já estão no ar em março de 2020. Minas Gerais e São Paulo têm números menores). Quais fatores fizeram com que houvesse esse avanço?

A gente sabe que o Paraná tem um número maior (que outros estados). Nós temos um trabalho junto ao Ministério e à Anatel. Nosso diretor técnico tem um bom trânsito junto com o pessoal. No início do processo de migração, o Ministro das Comunicações era o paranaense Paulo Bernardo, que influenciou para que as migrações começassem por aqui. Mas isso não foi uma boa idéia, porque não havia uma metodologia estabelecida.

Para você colocar um canal de rádio em uma localidade, você tem que respeitar o espaço de dois canais para cima e para baixo. Por exemplo, se quisermos colocar um canal em 95.5, temos que respeitar o intervalo de dois canais para cima e para baixo. *(Ou seja, o novo canal só pode estar lá se as frequências 95,7 e 95,9 estiverem livres para cima, e 95,3 e 95,1 estiverem livres, para baixo, nesta localidade ou em cidades próximas).*



Com isso, fomos estudar especificamente as localidades - Londrina, Maringá e outras cidades do interior. Isso foi uma demanda também política. Para reabrir o processo a gente contou ainda com apoio de senadores e deputados federais. Na parte técnica, nosso trabalho foi grande. A nossa associação conseguiu dar um suporte. Fomos à Brasília várias vezes, estudamos vários canais e conseguimos incluir um número maior de canais do plano. Foi mais o trabalho da associação que permitiu que isso acontecesse, sem mexer nos canais já existentes. Primeiro, que você teria que ter a permissão do cara que está usando, e aí isso não iria ocorrer. Imagina você pegar uma Jovem Pan e trocá-la de lugar, não vai fazer nunca. Tivemos que encontrar frequência, canais vagos. Houve também boa

vontade do engenheiro da Abert (Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão).

Por exemplo, ontem nós estivemos em Brasília estudando alguns canais de localidades aqui no Paraná, como Pato Branco e Francisco Beltrão. São áreas de fronteira que tem impacto nos países vizinhos. Quando foi feita a migração, a área de fronteira foi considerada. A gente não pode invadir o espectro dos caras que estão na Argentina, Paraguai e Uruguai. Isso também limitou bastante a utilização de canais. Mesmo assim o trabalho foi feito. Tem vários softwares que permitem fazer isso tudo, e o pessoal de apoio da Anatel também desenvolveu um software que facilita o estudo da migração.

Como é o processo para que uma emissora AM interessada em migrar realize a troca de frequência? Hoje ainda é possível que ela faça isso?

Inicialmente é a emissora tinha que ser em Onda Média, princípio básico. O segundo item seria ela ter o interesse em migrar.

Inicialmente as AMs de pequena potência (até 1Kw), emissoras locais que eram chamadas de ondas médias, foram obrigadas a aplicar a migrar ou aumentar a potência para que ela pudesse continuar operando. A maioria optou por mudar porque a propagação  ondas médias está muito ruim. Têm interferências elétricas, interferências magnéticas. Você está ouvindo rádio, vai passando, liga um motor, chia, se passa em um poste de luz mesma coisa. 

O mercado das AMs estava liquidado, cara. Eles estavam sofrendo economicamente, não tava conseguindo manter em dia suas contas. Uma rádio que mantinha apenas três funcionários não conseguia manter a folha pela falta de faturamento. As mídias novas também internet começaram a entrar muito forte e os caras começaram a roubar os anúncios. Facebook, Google são grandes empresas e têm uma metodologia voraz em relação às mídias, tanto que pode que eles pegam.

Além disso, também tinha outra figura que incomodava bastante, que eram as rádios comunitárias. Inicialmente a rádio comunitária ela não deveria comercializar os caras estavam comercializando, então matava porque eles não tinham

encargos sociais, não tinham funcionários porque as rádios comunitárias são fundadas em associações de bairro. Não pagam impostos, não têm compromissos sociais, não podem contratar e não podem vender, portanto não teriam faturamento. Mas ninguém vive sem faturamento. Pagam jornalistas e radialistas com salários menores do que o mercado, que é obrigação e vende comercial a três, cinco reais, matando a rádio comercial. Aí os caras decidiram migrar realmente. Eles teriam uma rádio com capacidade de atuação na comunidade. A maioria optou por fazer a migração, poucas optaram por não fazer.

O terceiro item é que tivesse canal disponível. E que ele tivesse solicitado no tempo hábil disponibilizado à época. Muitos perderam o prazo, falaram “Ah, não vou pedir, não tenho interesse não”, mas depois eles viram o efeito das que tinham migrado, aí falaram “Ah, eu queria migrar, não me deixaram”. Aí o Ministério abriu uma nova janela os caras pela correram para entrar com o pedido. Quase todas fizeram menos as grandes. Você pega uma Guaíba, por exemplo, que é uma baita emissora em Onda Média, eles têm um alcance em ondas médias que a FM não daria.

É muito caro para uma emissora fazer a migração? O fator econômico foi uma barreira para o processo de migração?

Ela vai gastar em torno de R\$ 200 mil, com troca de equipamentos e torre, mais o custo da migração, vai até uns R\$ 250 mil. O retorno é lento, ele deve ter uma boa equipe, uma boa programação, para conquistar mercado. Em alguns mercados eles já entraram concorrendo com outra emissora que já existia, vão disputar o mesmo mercado.

Mas no final das contas vale a pena pro cara. De repente ele pega uma rede, vai trabalhar com número menor de funcionários, é o lado ruim da coisa, mas eles vão conseguir é se manter no mercado.

Este valor chega a ser impeditivo para pequenas emissoras do interior, que sofrem a concorrência de comunitárias e a falta de faturamento?

Não, pois a outorga custa cerca de R\$ 50 mil e os equipamentos, nem todos ele vai precisar comprar imediatamente. Vamos supor que ele tenha que trocar cerca de 70% dos equipamentos. A maioria deles consegue atender.

Em relação às grandes cidades que esperam a faixa estendida. Há alguma previsão de início das transmissões nessa faixa? Como estão as negociações junto ao Ministério das Comunicações?

A nova faixa já foi definida, oriunda da frequência dos canais 5 e 6 de televisão analógica. Com o desligamento analógico, a previsão era de que esse ano eles canalizassem, ou seja, dissessem em quais frequências ficariam tais emissoras. Isso não foi feito. O Ministério está no compasso de espera lento.

Porém, tem uma portaria desta semana que prevê uma consulta pública e define a metodologia para você estudar canais. Até agosto a ideia é que ela entre em vigor.

Em Curitiba, como está a situação? Todas as rádios serão obrigadas a ir para a faixa estendida ou alguma poderá ocupar a faixa tradicional? Qual é o critério? Em que prazo?

Algumas emissoras da região metropolitana conseguiram fazer a migração dentro da faixa atual, mas foram muito poucas porque o número de emissoras é muito grande e também existe uma regra para a migração. Se em uma determinada localidade tiverem duas ou mais emissoras AM, só vai acontecer a migração (para a faixa de 88 a 108) se tiver espaço para essas duas ou três. Na região metropolitana, isso só ocorreu em duas cidades: Rio Branco do Sul e Piraquara, pois cada uma delas só contava com uma emissora AM para migrar na faixa atual. Curitiba não comportaria, não há nenhuma em teste no estendido nem nada disso. *(Nota do autor: Na RMC há também uma migrante na cidade da Lapa).*

A gente acredita que o ano que vem é o *deadline*. A partir do momento que sai a consulta pública em 10 de agosto, aí eles já conseguem fazer distribuição de canal, o Ministério já consegue informar às emissoras que elas têm um canal

disponível. É um processamento burocrático que leva de seis a oito meses. Ano que vem acredito que já estejam operando na faixa estendida.

A configuração dos aparelhos e o desconhecimento da população sobre a faixa estendida podem ser um entrave para o processo migratório?

Já há softwares em celulares que já respondem a essa faixa. Telefones Motorola e Samsung, basta alterar a configuração para a banda japonesa, que opera nesta faixa de 76 a 108 MHz. Acredito que não haverá problema.

Agora os receptores de mesa que a gente poderia ter, mas acho que não tem muita gente que usa isso ainda. Desde que foi feita a migração, o Ministério já baixou a portaria para que os fabricantes disponibilizarem essa faixa nos receptores. A Motoradio, empresa brasileira, fabrica equipamentos que já contam com essa faixa.

Quais são outros ganhos que as emissoras vão ter com a migração?

A Onda Média tem uma banda de 10 kHz, então a qualidade do áudio é muito baixa. As músicas são em mono, você não pode ter uma grande extensão do sinal como seria uma Frequência Modulada, que tem um canal de 200 kHz. Então, é muita. O cara vai ter a possibilidade de operar em estéreo, com qualidade do áudio vai melhorar bastante, mas ele vai ter que ter todo o material para poder fazer isso, uma mesa de áudio boa, estúdios. Ele ganha.

Números da Migração - dados obtidos com AERP no dia 07/03/2020

Situação	Número
Outorgas de Emissoras AM no Brasil	1781
Pedidos de Migração feitos ao MCTIC	1659

Canais incluídos no plano básico (faixa tradicional)	1263
Pedidos em estudo	69
Contratos Assinados	809
Em coordenação com Mercosul (áreas de fronteira)	8
Com pendências (de pagamento, documentação)	18
Incluídos em 2019	62
Inviáveis (serão realocados para a faixa estendida)	301
Rádios com migração autorizada no Paraná (ainda algumas estão com documentação pendente ou com pagamento de taxas, mas são poucas)	119

Classe de Emissoras, de acordo a potência, com classificação da Anatel

Classe	Potência (em kW)
E1	100
E2	75
E3	60

A1	50
A2	30
A3	15
B1	5
B2	3
B3	1
C	0,3

Faixa de conversão das outorgas na Migração de AM para FM

EMISSORAS OM - CLASSE A	
FAIXA DE FREQUÊNCIA (em kHz)	CLASSE DE FM IMEDIATAMENTE ANTERIOR
540 a 1.420	E2
1430 a 1.610	E3

EMISSORAS OM - CLASSE B	
FAIXA DE FREQUÊNCIA (em kHz)	CLASSE DE FM IMEDIATAMENTE ANTERIOR
540 a 620	E3
630 a 860	A1
870 a 1.030	A2
1040 a 1.170	A3
1.180 a 1.610 kHz	A4

EMISSORAS OM - CLASSE C	
FAIXA DE FREQUÊNCIA (em kHz)	CLASSE DE FM IMEDIATAMENTE ANTERIOR
540 a 810	B1
820 a 1.100	B2
1.110 a 1.610	C

APÊNDICE B

Entrevista com Caique Agustini, vice-presidente da AERP, realizada no dia 09 de março de 2020. Administra uma rádio de União da Vitória, que saiu do AM, abandonando uma programação tradicional de mais de 70 anos para tornar-se afiliada da CBN em outubro de 2017. O sinal foi desligado no dia em que a Super Rádio União completaria 76 anos.

Como está a programação nas rádios que já migraram? Houve mudanças? De que tipo? E a reação da audiência dessas migrantes?

O Setor de radiodifusão é tão dividido quanto outros setores da economia. Quem vive o meio tem uma noção diferente. Por que te digo isso? Já atuei com agência de publicidade, empresas de tecnologia, tem as emissoras de rádio, minha família tem escritório de contabilidade, uma série de outras entradas em outros setores.

Quando você ouve apenas o lado da radiodifusão, a impressão que as pessoas tem que o setor está em crise ou uma mudança apenas na radiodifusão, e isso não é verdade, isso está acontecendo em todos os setores da atividade econômica.

Há um agravamento em alguns setores, como o da radiodifusão, com a entrada de novos *players*, Internet, capacidade de qualquer pessoa distribuir conteúdo, e isso era uma prerrogativa da radiodifusão, além do jornalismo impresso, por exemplo.

Com as migrações, nós temos três tipos de cenário: as que mudam automaticamente do AM pro FM com suas programações, porque existem bons exemplos Brasil afora de emissoras que fizeram a transição e tiveram resultado positivo tanto de faturamento, quanto de audiência; uma transição, que inclusive em uma das minhas rádios eu fiz isso. Sair do AM, matar a programação do AM e me afiliar a uma cadeia de rádio. No meu caso, na minha praça local, União da Vitória, essa decisão **de** baseou em uma análise de mercado muito simples. Há seis emissoras de rádio comercial em FM: uma afiliada à Antena 1, já antiga e seleta; CBN, com jornalismo, também seleta; Jovem Pan, musical jovem; a Rádio Verde Vale, que é uma rádio comercial sucesso, a Rádio Colmeia, também



comercial sucesso e a Rádio Educadora, que mistura gospel com atividades da faculdade que a mantém.

Como ouvinte, temos brincado que a nossa praça é um bom exemplo. Você tem seis tipos diferentes de programação para uma praça de 100 mil habitantes. Isso ficou ótimo para escolha. Se isso é sustentável no médio prazo, só o tempo vai dizer. Uma programação de jornalismo é uma programação cara de ser sustentada, assim como outros tipos de programação também exigem do afiliado local. Como o nosso grupo administra um jornal impresso antigo (de 90 anos), já tinha equipes de reportagem que poderia absorver o modelo de negócios da CBN, isso não foi um empecilho para nós.

Você tem acompanhado a questão dos grandes centros que precisam usar a faixa estendida? Qual a percepção que você tem dos empresários que ainda estão no AM em relação a programação, mercado, etc.?

A expectativa é boa, mas é inegável que exista um sentimento de preocupação do pessoal que vai migrar para a faixa estendida. A grande discussão é que se nesta faixa estendida haverá quantidade suficiente de ouvintes aptos a captar esse sinal, pois é necessária uma adequação técnica dos equipamentos de recepção. Por outro lado, o pessoal foca muito no rádio físico, mas principalmente nas capitais, as pessoas sintonizam no celular. Esse tipo de aparelho passa por uma atualização para fazer a captação normalmente. Nas grandes capitais, essa preocupação com os receptores (que não o celular) é irrelevante, pois como no Brasil há mais celular que gente, isso tudo representa uma audiência apta a sintonizar este novo modelo de rádio.

A AERP faz os encontros regionais dentro do Estado com os radiodifusores. Para mim, foi uma surpresa conhecer algumas emissoras de AM de cidades pequenas que fazem um trabalho extremamente voltado à comunidade, hiperlocal, estão faturando bem e conseguindo se manter competitivos, com modelos totalmente diversos entre si. Tem modelos de rádio tocadas exclusivamente pela família proprietária, rádio extremamente profissionais, com modelos vanguardistas de gestão, rádio tocando com modelo de contrato PJ, contratando equipes para horários específicos, tem grupos de locutores que abriram empresas e passaram a

oferecer serviços a várias rádios ao mesmo tempo como PJ, é algo muito interessante.

Como aconteceu a migração em União da Vitória?

No primeiro ano da migração (2017), duas rádios já migraram. A terceira, que é a Rádio Colmeia, ela permanece em AM, pois fez o pedido tardio. Ela já está com canal preparado, pois no interior é mais fácil, acredito que ela entre no ar nos próximos seis meses, mas por uma opção dela, ela está levando seus prazos no limite.

A antiga Rádio Difusora União, que hoje é a CBN, migrou em setembro de 2017. Eu migrei, fiquei 30 dias com a programação nos dois canais (poderia ter ficado três ou seis meses, não estou lembrado), e aí desliguei definitivamente a AM. Essa AM nossa era a terceira emissora do Paraná (fundada em 1943) e se não estou enganado era a oitava ou décima mais antiga do Brasil.

Foi muito difícil fazer essa escolha, e principalmente este desligamento. A gente acabou fechando o caixão de uma história muito grande. Por outro lado, nós encerramos um ciclo para fazer jornalismo em FM, algo totalmente necessário no mundo em que vivemos hoje. Além disso, em nossa região faltava uma marca relevante e de opinião como a CBN já faz há 27 anos.

No nosso entendimento, aconteceu uma coisa que já era esperada. A gente fez muita pesquisa antes de tomar as decisões e desenhou que: 1/3 da audiência da emissora migraria naturalmente para a Rádio Colmeia, que ficou; 1/3 migraria para nossa outra rádio musical/popular (Verde Vale), com perfil parecido e esse outro 1/3 seria dividido entre outros players. Na primeira pesquisa que fizemos após o primeiro ano, a tendência demonstrou o que a gente imaginava. Se isso vai se manter nos próximos anos, só outras pesquisas poderão dizer.

APÊNDICE C

Reposta de email encaminhado pelo Sr. Janatan Fabiane, diretor da Rádio Vale FM de Verê, em 20 de abril de 2020. A emissora migrou do AM para o FM em dezembro de 2017, após 27 anos operando no AM.

Como aconteceu o seu processo de migração (em relação a planejamento, ações, prazos)?

Normalmente, contratamos e temos forte parceria com o Engenheiro Dr. Roberto Lang, o que junto com a emissora encaminhamos todos os documentos dentro dos prazos solicitados

Quais foram os custos para fazer a migração? (licença, equipamentos, etc.)?

Aproximadamente R\$ 500 mil (equipamentos, documentos, torre, terreno)

Em quanto tempo você acha que consegue recuperar este investimento?

No mínimo cinco anos se tudo correr muito bem

A migração para FM foi a melhor solução econômica para a sua empresa? Você encara como uma necessidade da empresa ou uma imposição do mercado e/ou do governo?

Não, necessidade de adequação ao Ministério das Comunicações

Qual a percepção que você tem dos empresários que ainda estão no AM em relação à programação, ao mercado, etc.?

Boa parte não acreditou na migração e perderam prazos, e hoje estão fazendo a migração, porém em faixa estendida.

Como está a competição com outras FMs já consolidadas na sua região?

Normal, parceria está em primeiro lugar com emissoras do Sudoeste.

Como está a programação da sua rádio? Houve mudanças após a migração? De que tipo?

Mantivemos a essência da nossa programação, que é a interação com o ouvinte regional

A sua equipe teve dificuldade em mudar o discurso, a abordagem com os ouvintes, de acordo com a mudança de perfil?

Tivemos algumas reuniões com locutores e também pesquisas com ouvintes

Teve algum fato que marcou essa etapa?

Não

Houve preparação da sua equipe para encarar um público novo?

Sim, mas o público sempre foi o mesmo, não tivemos mudanças significativas na programação

Você teve que fazer alguma adaptação na equipe (demissões, contratações)?

Sim, contratações.

Audiência respondeu a contento? Houve reclamações (ou elogios) devido à mudança da programação?

Sim, houve bastantes sugestões e ainda ocorrem.

Você acredita que a mudança afetou a identidade da rádio com o seu público?

Não, somente na qualidade de som para o ouvinte.

Como está a audiência da emissora em relação ao que era? Já é possível mensurar?

Procuramos estar sempre em contato com o ouvinte e comércio para que nossa audiência aumente sempre.

APÊNDICE D

Entrevista com João Gourtat, diretor da Rádio Campo Aberto FM, de Laranjeiras do Sul, realizada em 21 de abril de 2020. Fundada em 1990, a rádio migrou para FM em 2018, conservando as características de rádio AM (jornalismo, esporte, serviço, programas religiosos).

Primeiro só vou me apresentar. Me chamo João Gourtat Neto, sou o gerente geral da emissora. Trabalho aqui há 29 anos. A emissora tem 30 anos. Comecei a trabalhar aqui quando faltava 13 dias pra completar um ano. Tenho 52 anos de idade, então passei a maior parte da minha vida dentro dessa empresa.

Como aconteceu o seu processo de migração (em relação a planejamento, ações, prazos)?

A gente vive a expectativa na realidade desde 2010, 2011, em relação à digitalização do rádio. Essa era a grande briga do radiodifusor, é principalmente daquele do AM, pois acima de tudo era quem vinha sofrendo com relação a qualidade de áudio, cada vez mais perdendo o sinal e a qualidade de áudio. Então a gente sonhava e daí veio todo aquele trabalho do Ministério das comunicações com relação a digitalização, mas não deu certo, foi abortado. Com a digitalização da TV, sobraram os canais 5 e 6, que será usada para a faixa estendida, optou-se pela Frequência Modulada.

Como somos de 1000 watts de potência, não tivemos a opção da migração. Ou nós migrávamos ou nós é fechávamos. Todas as emissoras com sinais de até 1000 watts de potência estavam sendo extintas. Assim que foram estabelecidos os prazos, nós corremos atrás e foi se não me falha a memória em 26 de março de 2014, em Curitiba, todas as interessadas na migração fizeram o seu protocolo, entregaram a documentação. E assim foi feito. A partir daí começou a ser feita a questão do planejamento com relação a toda a parte de estrutura. Nós tínhamos um prédio bastante antigo, que precisava ser todo remodelado, mas enfim, em relação ao planejamento das ações e prazo eles foram trabalhados de forma muito meticulosa dentro dos prazos estabelecidos pelo calendário do Ministério das

Comunicações para que não fosse perdido nenhum tempo e que é o mais rápido possível é pudesse ser liberado, e assim o fizemos.

Quais foram os custos para fazer a migração? (licença, equipamentos, etc.)?

Três anos após o protocolo, em 2017 a ser praticamente 3 anos nós tivemos a assinatura do contrato da migração com o ministério das comunicações, com o pagamento da licença, da outorga do FM. Há uma tabela proporcional à potência e à população. O custo que tivemos na nossa emissora foi de 53 mil reais. O boleto foi pago em parcela única tinha-se um prazo de 90 dias para ser feito o pagamento, mas assim que a gente recebeu a gente já o fez.

Você tinha que fazer esse aporte para dar sequência à parte técnica. Depois da liberação da frequência determinada, aí você tinha um projeto técnico. A rádio teve um investimento significativo, porque ela trocou tudo. Com exceção de alguns computadores, toda a parte de mobiliário foi refeito. A gente se mudou para um local provisório por seis meses para ser feita toda a reestruturação. Tivemos um investimento de equipamentos em torno de R\$ 670 mil. Depois nós tivemos um custo com a reforma é a montagem dos estúdios com material importado, fachada na frente, toda a estrutura foi feito todas as divisórias. Também houve aquisição da antena na torre nova, e equipamentos na ilha de jornalismo. A emissora investiu em aí cerca de 1 milhão a 1 milhão e 150 mil reais.

Em quanto tempo você acha que consegue recuperar este investimento?

Nós não tomamos dinheiro emprestado do banco e sim do Dr. Paulo e da D. Mirian, que são as propriedades da emissora, a gente assaltou eles. Brincadeiras à parte, a gente fez um projeto é para pagarmos esse valor para eles em 12 anos, em 144 meses. Não estamos pagando juro nenhum para eles, apenas a cada 2 anos que haverá uma recomposição. Estamos ainda no segundo ano. Porém, já tivemos essa questão do coronavírus é nós tivemos redução significativa, principalmente de comércio que foram fechados como confecção ou móveis eletrodomésticos, empresas que não fazem parte do grupo de serviço essencial que acabaram saindo. Temos uma projeção de trabalhar no vermelho por seis meses, então isso talvez possa afetar que nós temos que postergar é ou alongar o

nosso período é de pagamento, mas, a princípio, o que a gente estabeleceu para esse investimento é ser recuperado com 12 anos.

A migração para FM foi a melhor solução econômica para a sua empresa? Você encara como uma necessidade da empresa ou uma imposição do mercado e/ou do governo?

Como eu expliquei no começo, como nós somos até 1000 watts, não tivemos a opção de migrar ou não, ou nós migrávamos ou era fechado. As de outras potências poderiam ficar e até ter uma ampliação no seu sistema de alcance, ganhando mais potência e melhorando a sua posição dentro do dial, mas nós não tivemos essa opção. Mas ela foi muito boa para nós, porque fechamos em novembro do ano passado 10 anos consecutivos na liderança da audiência. Nós temos aqui em Laranjeiras, a nossa campo aberto; a rádio educadora, que também mudou para FM, a rádio mais antiga da cidade e a mais potente; a rádio líder sul FM que é uma FM comercial; e também temos uma comunitária, que trabalha igual a uma rádio comercial, em um município de 33000 habitantes. Contando com as cidades vizinhas, o público vai de 80 a 100 mil habitantes em nossa área de abrangência. Claro, em função do alcance maior através da internet, nós não temos fronteiras geográficas. Então, para nós foi muito bom, continuamos líderes em audiência, com um detalhe bastante importante: nós continuamos com uma programação com características de AM.

Qual a percepção que você tem dos empresários que ainda estão no AM em relação à programação, ao mercado, etc.?

Vou falar com relação à nós. Tivemos é uma melhora significativa. Até o próprio discurso do vendedor, dos locutores melhoraram, pois nós tínhamos uma dificuldade: a poluição eletromagnética, que vai ser cada vez maior. O sinal estava morrendo e isso depunha muito pra gente. Mesmo assim nós éramos líderes de audiência. Nós continuamos trabalhando com as características de rádio AM, com jornalismo extremamente atuante. O que eu diria para aqueles que estão no AM? Hoje é difícil quem não tem o celular. Você pode ir numa favela, num shopping você pode ir aonde for, independente de qual seja a classe social, você vai ter as

peessoas portando o celular na mão então tua AM as pessoas não tem como luz ouvir sem ser através do site né ou do aplicativo com a internet. Já ou o aparelho celular pro FM ele por si só é um receptor, uma gigantesca e o telefone celular vai ser é cada vez mais inseparável de você, sem contar a qualidade do áudio.

Como está a competição com outras FMs já consolidadas na sua região?

Já contemplada em pergunta anterior. É trabalhamos com uma programação voltada pro AM. Temos os jornais, informativo agrícola, trabalho com o nosso departamento de jornalismo, é trazendo informações o tempo todo. É um volume de ações diárias extremamente significativo. Então não tem aquela competição, pois a nossa programação é diferente das outras. Como eu disse a gente continua na liderança e credibilidade muito expressiva aqui toda a nossa região.

Como está a programação da sua rádio? Houve mudanças após a migração? De que tipo?

A roupagem dela foi toda refeita. Dentro daqueles valores que eu te passei, uma parte foi investida para contratar um estúdio em Goiânia (Rádio Brasil Central) e um em São Paulo (Dario Produções). Inclusive nós temos programas da madrugada produzidos por eles. A roupagem da emissora foi feita de forma diferente. Continuamos com um serviço de AM, mas com uma roupagem diferenciada é evoluída. Ah então é a programação continua: os jornais, os programas agrícolas, eles continuam só que com roupagem é muito mais evoluída, com astral maior, mais embalada, vamos assim dizer.

A sua equipe teve dificuldade em mudar o discurso, a abordagem com os ouvintes, de acordo com a mudança de perfil?

Como eu disse, trocamos toda a roupagem de todos os programas, dos jornais, dos informativos, dos quadros, dos programas, as vinhetas dos locutores, dos repórteres, sinal eletrônico novo pra hora certa. Em relação ao perfil, a gente não teve essa dificuldade, pelo contrário, foi um momento muito significativo para todos nós colaboradores, para a direção para a empresa como um todo porque as

peessoas ansiavam muito pela mudança da emissora para o FM. Foi algo desejado de forma expressiva. Então não teve essa dificuldade esse problema porque a gente continuou né com as mesmas linhas é só que, como te disse, trocando de roupa.

Teve algum fato que marcou essa etapa?

Como não houve mudança não houve essa dificuldade.

Houve preparação da sua equipe para encarar um público novo?

A mudança maior para nós foi a questão de começamos a direcionar um trabalho maior para a Internet. Temos uma pessoa específica para cuidar das nossas redes sociais, para as transmissões como jogos de futebol que são feitas agora, além pelo rádio, pelo YouTube, com imagem, já algo um pouco diferente acrescentando os serviços, usando essas plataformas como ferramentas para o rádio e não como concorrentes do rádio.

Você teve que fazer alguma adaptação na equipe (demissões, contratações)?

Além dessa questão da Internet, nós ampliamos foi do nosso departamento de jornalismo. Como temos uma qualidade maior, aumentou a nossa área de abrangência, para que a gente pudesse cobrir, já que teríamos algo de melhor qualidade, reforçamos o nosso staff naquilo que é a principal para nós, que a questão do jornalismo.

A audiência respondeu a contento? Houve reclamações (ou elogios) devido à mudança da programação?

Embora não teve mudança da programação, a gente recebeu muitos elogios em função da qualidade do som. É outra realidade, só quem vivia naquela caixa de abelha do AM que sabe da importância (da migração). Mas teve sim reclamação, importante fazer esse adendo. Embora a gente vá mais longe, tem lugares próximos que, dependendo da topografia do terreno, essas baixadas muito fortes, estão perdendo o sinal. A onda de AM se molda e o FM é uma linha reta, uma situação um pouco diferente. Mas assim, dentro da cidade que é a parte de abrangência maior do nosso público, onde está a grande maioria dos nossos ouvintes, esses foram atingidos de forma plena.

Como está a audiência da emissora em relação ao que era? Já é possível mensurar?

Nós temos uma parceria com o jornal daqui que faz é pesquisas e a gente faz um monitoramento trimestral. Há mais de 10 anos que trabalhamos nas estatísticas, não há como trabalhar com achismo. Ainda mais que somos de uma região pequena, de certa forma pobre, é uma das regiões de menor IDH do estado e somos em 4 emissoras de rádio, tem jornal, blog, site, enfim, todo mundo quer tirar uma fatia do bolo.

Por isso precisamos de uma avaliação constante para não termos surpresa. A rádio como disse está na liderança há anos e assim continua. A Campo Aberto tem uma programação muito envolvente, com o trabalho de ajuda às pessoas, envolvida com a comunidade, temos departamento de jornalismo, de esportes e o Padre Reginaldo em nossa programação.

É uma equipe que muda muito pouco a espinha dorsal, tanto que três funcionários daqui estão há mais de 20 anos e é o primeiro emprego. Nossa rotatividade é baixa. Nós somos 19 colaboradores que trabalhamos da empresa. Como disse, a gente espera ainda por muito tempo trabalhar para continuar sendo a número um aqui da nossa região.

APÊNDICE E

Resposta de email encaminhado pela Sra. Elizane Roncem de Lima, responsável pelo setor financeiro da Rádio Chopinzinho FM, em 15 de maio de 2020. Emissora passou a transmitir em FM em agosto de 2018, após quase 40 anos no AM

-Como aconteceu o seu processo de migração (em relação a planejamento, ações, prazos)?

Vendemos cotas para novos investidores

Quais foram os custos para fazer a migração? (licença, equipamentos, etc.)?

Valor estimado a R\$ 1.500.000,00

Em quanto tempo você acha que consegue recuperar este investimento?

Mais de 10 anos

A migração para FM foi a melhor solução econômica para a sua empresa? Você encara como uma necessidade da empresa ou uma imposição do mercado e/ou do governo?

Necessidade da empresa

Qual a percepção que você tem dos empresários que ainda estão no AM em relação à programação, ao mercado, etc.?

Radio AM é mais local e as vendas são mais limitadas.

Como está a competição com outras FMs já consolidadas na sua região?

Nosso maior problema é com relação aos valores de comerciais. Nossa emissora é uma das 5 maiores do Paraná e nosso custo é muito alto, mas na crise que o país se encontra não conseguimos praticar nosso preço real.

Como está a programação da sua rádio? Houve mudanças após a migração? De que tipo?

Houve mudanças na programação... Mas nada de muito radical. Alguns programas foram mantidos.

A sua equipe teve dificuldade em mudar o discurso, a abordagem com os ouvintes, de acordo com a mudança de perfil?

Não muito... pois nossa programação teve poucas mudanças. Mas estamos procurando ouvir nosso publico para possíveis mudanças.

Teve algum fato que marcou essa etapa?

Não

Houve preparação da sua equipe para encarar um público novo?

Não

Você teve que fazer alguma adaptação na equipe (demissões, contratações)?

Sim... demissões

Audiência respondeu a contento? Houve reclamações (ou elogios) devido à mudança da programação?

Como não houve muita mudança na programação nossos ouvintes se mantiveram. As pessoas mais idosas tiveram um pouco de dificuldade de aceitar as mudanças para FM.

Você acredita que a mudança afetou a identidade da rádio com o seu público?

Não. Pois a rádio manteve basicamente a mesma programação com o beneficio da melhor qualidade sonora e maior alcance.

Como está a audiência da emissora em relação ao que era? Já é possível mensurar?

Tivemos um aumento grande da audiência fora do nosso município.

Dentro de nosso município praticamente se manteve principalmente zona rural.

APÊNDICE F

Resposta de email encaminhado pelo Sr. João Miguel Ignácio, diretor da Rádio Cultura de Apucarana, no dia 19 de maio de 2020. A emissora migrou do AM para o FM em junho de 2017, após 60 anos de transmissões no AM.

Como aconteceu o seu processo de migração (em relação a planejamento, ações, prazos)?

De fato desde que soubemos já fomos preparando campo com a compra de equipamentos para a migração. Conforme a condição permitia trocávamos algum aparelho antes da positivação da migração. Quando partimos para a parte final junto ao MCTIC, referente licenças e projetos, já tínhamos quase tudo adquirido e pago. A parte burocrática levou em torno de 06 meses por parte do Ministério, onde foi definida compra de antena, pois o resto já tinha sido adquirido ou preparado.

Quais foram os custos para fazer a migração? (licença, equipamentos, etc.)?

Este aspecto julgo ser algo de interesse unicamente interno. O que posso lhe dizer é que a licença pela qual cobra o governo federal varia de R\$20.000,00 a R\$4.500.000,00 dependendo do IDH e outros detalhes. Cada emissora investe aquilo que acha adequado ao seu potencial ou pensamento. Os equipamentos necessários variam de estação p estação por conta da marcas e nacionalidades, porem os obrigatórios são: Transmissor, Antena, Processador, Mesa de som e seus acessórios. Destes, você tem muitas configurações nacionais e importadas e pode ser investido de R\$30.000,00 até mais de um milhão de acordo com o que quiser comprar o radiodifusor. O que se pode dizer é que para uma migração, o mínimo que se investe hoje no parque tecnológico com licenças passa de R\$50.000,00.

Em quanto tempo você acha que consegue recuperar este investimento?

Já se passaram 03 anos e por conta de problemas de ordem, política e econômica que agora, somados com a questão da pandemia, até agora não nos permitiram recuperar nada!!!

A migração para FM foi a melhor solução econômica para a sua empresa? Você encara como uma necessidade da empresa ou uma imposição do mercado e/ou do governo?

Melhor solução sim. O raciocínio é claro. Você sai de uma tecnologia ultrapassada em todos os aspectos passando pela logística e operacionalização e tem à sua frente muitas outras oportunidades que o FM lhe proporciona. Pode-se até afirmar que seria uma imposição oculta pelo mercado, mas pela ótica do governo temos que foi uma oportunidade única de não falecermos num futuro breve. Ressalte-se que a MIGRAÇÃO nunca foi imposição governamental e sim opção. Os que optaram por não realizar estão no AM até hoje.

Qual a percepção que você tem dos empresários que ainda estão no AM em relação à programação, ao mercado, etc.?

Hoje quem adota este termo Programação de AM é quem não vive o meio. Há muitos anos o FM deixou de ser FM para virar AM no quesito programação. Tido com brega, a programação de AM, hoje incorporada às FM's é quem detém as grandes audiências.

Como está a competição com outras FM's já consolidadas na sua região?

Normal como antes. Considerando que os perfis de ouvinte são frente a maioria delas bem diferentes, posso dizer que desde que mudamos nossa audiência só cresceu.

Como está a programação da sua rádio? Houve mudanças após a migração? De que tipo?

Sim, as mudanças são necessárias principalmente no setor musical. Mas por termos uma história de 60 anos de trabalhos prestados num perfil, não poderíamos simplesmente descartá-lo. Aliás, se hoje ainda nos mantemos é por conta da programação que veio do AM.

A sua equipe teve dificuldade em mudar o discurso, a abordagem com os ouvintes, de acordo com a mudança de Perfil?

Dificuldades não mas ainda estamos neste processo.

Teve algum fato que marcou essa etapa?

Nada relevante.

Houve preparação da sua equipe para encarar um público novo?

Sim.

Você teve que fazer alguma adaptação na equipe (demissões, contratações)?

Após um ano de vida no FM fizemos algumas demissões por conta de falta de adaptação, e contratações também.

Audiência respondeu a contento? Houve reclamações (ou elogios) devido à mudança da programação?

Tem respondido a contento. Reclamações e elogios fazem parte.

Você acredita que a mudança afetou a identidade da rádio com o seu público?

Não, mantivemos nossas características e estamos arrebanhando novos ouvintes.

Como está a audiência da emissora em relação ao que era? Já é possível mensurar?

Como relatado anteriormente sim, a audiência tem crescido diariamente. Nossa forma de atestar passa pela participação dos ouvintes em nossos canais de comunicação e promoções.

O que constatamos é que a cada movimento em nossa programação nos deparamos com novos ouvintes sem deixar de atender aos antigos ouvintes. Quanto a mensurar, esta é uma questão delicada em cidades de nosso porte. Para ser realizada uma pesquisa de credibilidade, haveria a necessidade de contratação de um único Instituto de pesquisa para todas as emissoras, o que nunca foi possível. As pesquisas realizadas atualmente infelizmente são repletas de inconsistências. Coisas absurdas que qualquer leigo pode constatar.

APÊNDICE G

Reposta de email encaminhado pelo Sr. Vacir Ferreira, gerente comercial da Rádio Goioerê, no dia 20 de maio de 2020. A emissora migrou do AM para o FM em novembro de 2017, após 54 anos de transmissões no AM.

Como aconteceu o seu processo de migração (em relação a planejamento, ações, prazos)?

Não foi tão demorado, porque tinha um canal livre na cidade (GOIOERÊ) Contratamos uma empresa para fazer assessoria e preparar a documentação exigida.

Quais foram os custos para fazer a migração? (licença, equipamentos, etc.)?

Total de R\$. 258.000,00. (só a licença da ANATEL, CUSTOU R\$ 58.859,00.O custo foi menor porque já tínhamos espaço no terreno onde estão os estúdios e levantamos uma torre no local – AUTO-PORTANTE. E com isso, liberamos o terreno onde estava a Torre do AM. (24.200 m2.) Isso agregou valor no Capital da empresa. O terreno fica na área nobre da cidade.

Em quanto tempo você acha que consegue recuperar este investimento?

Depende como se faz esta avaliação. Pois o custo benefício pelo simples fato de migrar para o FM., valorizou a empresa. Na verdade triplicou o valor. Ex. se valia um milhão de Reais, passou a valer 3 milhões de Reais. (estimativa)

A migração para FM foi a melhor solução econômica para a sua empresa? Você encara como uma necessidade da empresa ou uma imposição do mercado e/ou do governo?

Sim, era o que desejávamos. Não foi imposição do governo e sim atendeu um pedido dos rádiodifusores. Para entregar para os ouvintes melhor qualidade de áudio. E também valorizou nosso produto e passamos a disputar de igual pra igual com a concorrência direta. (outras emissoras FM) , aumentou nossa área de abrangência. Em fim é uma rádio Nova em todos os sentidos.

Qual a percepção que você tem dos empresários que ainda estão no AM em relação à programação, ao mercado, etc.?

Para quem continua no AM, é bem difícil, pois devido a muitos sinais circulando, tem muita interferência, sem contar que os receptores (rádios AM), atualmente são de baixa qualidade, nos veículos(carros) muitos nem vai mais com frequência AM e até peças de reposição já está difícil de encontrar no mercado, principalmente no sistema irradiante (transmissor) E a nova geração tem certo preconceito com o AM, principalmente as pequenas emissoras que não tem poder aquisitivo para investir em bons profissionais e equipamentos modernos.

Como está a competição com outras FMs já consolidadas na sua região?

Migramos em 2.017, portanto há 3 anos, ainda estamos consolidando nossa marca FM, mas em termos de audiência está indo muito bem, percebemos melhoras a cada dia.

Como está a programação da sua rádio? Houve mudanças após a migração? De que tipo?

A programação foi ajustada, não mudamos radicalmente. Ampliamos o tempo no ar, foi aumentado espaço para o Jornalismo e os programas musicais, receberam um roupagem nova. Uma nova “plástica”, explorando bastante as redes sociais, para interagir com os ouvintes e foi bem aceito, aumentando sensivelmente a audiência na cidade sede e na região.

A sua equipe teve dificuldade em mudar o discurso, a abordagem com os ouvintes, de acordo com a mudança de perfil?

Não, a adaptação foi rápida, apesar de que utilizarmos uma linguagem popular, pois o público do interior aceita melhor, variando conforme o horário para não desagradar o público acostumado no AM. E programas específicos em determinados horários com perfil atualizado com destaque nesse quesito para o estilo musical.

Teve algum fato que marcou essa etapa?

Na verdade, além de novos ouvintes, empresas que não anunciavam antes, agora são nossos clientes e elogiam a qualidade do som, percebemos que

aumentou os ouvintes que sintonizam o rádio do carro nas rodovias, somos sintonizados em um rádio de 120 km. Nossa emissora tem 3 mil Watts.

Houve preparação da sua equipe para encarar um público novo?

Sim, o estilo de locução, vinhetas específicas, e novos quadros na programação.

Você teve que fazer alguma adaptação na equipe (demissões, contratações)?

Nossa equipe é bem enxuta e contratamos programeis de uma empresa especializada em programas gravados que são veiculados a noite e alguns quadros diurnos. O Restante é tudo ao vivo.

Audiência respondeu a contento? Houve reclamações (ou elogios) devido à mudança da programação?

Só elogios, felizmente.

Você acredita que a mudança afetou a identidade da rádio com o seu público?

Pelo fato de já estarmos amais de 50 anos no AR, (56) e como já disse mantivemos uma base da programação anterior e agregando algumas novidades dai, na afetou a identidade. Uma das características é Evangelização e apoiar o social.

Como está a audiência da emissora em relação ao que era? Já é possível mensurar?

Como já citei anteriormente, além de manter os ouvintes do AM, percebemos um novo público, isto é possível verificar, observando de onde vem as participações, principalmente em promoções pelo aplicativo WhatsApp. Uma ferramenta muito utilizada pela rapidez de resposta.

APÊNDICE H

Entrevista com André Faria, Diretor comercial da Rádio Paiquerê de Londrina. Inaugurada em 1957, é a terceira rádio mais antiga da cidade e atual vice-líder de audiência. Entrou no FM em janeiro de 2019. Respostas enviadas no dia 15 de junho de 2020.

Como aconteceu o seu processo de migração (em relação a planejamento, ações, prazos)?

O planejamento não foi feito com o tempo necessário, uma vez que Londrina havia entrado no esquema da faixa estendida, com demora muito grande para poder migrar. Entretanto, de repente houve um estudo e abriu-se a possibilidade da imigração imediata. Assim, tivemos que correr para viabilizarmos o processo. Apesar de não estarmos numa situação muito confortável em razão dos nossos altos custos e as dificuldades inerentes ao faturamento do Rádio AM, ainda assim conseguimos viabilizar a transição com recursos próprios (da Emissora e sócios) sem ficarmos com pendências futuras.

Quais foram os custos para fazer a migração? (licença, equipamentos, etc.)?

Somando o valor pago ao Ministério das Comunicações (R\$180mil), a compra dos equipamentos para a transmissão e as antenas chegamos a R\$400 mil.

Em quanto tempo você acha que consegue recuperar este investimento?

Em razão da pandemia de corona vírus, o fechamento por longo tempo das atividades comerciais e industriais em Londrina, não temos a menor ideia do tempo para recuperarmos o investimento e se vamos conseguir recuperá-lo em médio prazo. Hoje a situação está completamente indefinida.

A migração para FM foi a melhor solução econômica para a sua empresa? Você encara como uma necessidade da empresa ou uma imposição do mercado e/ou do governo?

Com certeza foi a melhor solução econômica para a Rádio Paiquerê, porque nós somos uma rádio de 60 anos de existência, com uma equipe de quase 50 funcionários, então estava ficando inviável manter o AM no ar, principalmente por motivos econômicos. Várias empresas de fora de Londrina, de outros estados, não via mais o AM como mídia. A gente não estava conseguindo vender (comerciais) para essas empresas, mesmo mostrando que nós éramos terceiro lugar entre 20 emissoras que existem na cidade AM e FM, a empresa dizia que não fazia mais rádio AM, o que deixou inviável. Não foi uma imposição do governo e sim uma necessidade mesmo da Paiquerê.

Qual a percepção que você tem dos empresários que ainda estão no AM em relação à programação, ao mercado, etc.?

Os empresários que ainda não fizeram a migração, ou irão fazê-la, ou vão vender as emissoras a grandes grupos ligados à televisão ou igrejas evangélicas. Tocar uma AM sem migrar a migração daqui a algum tempo será impossível economicamente, a não ser que o empresário tenha outros ramos de investimento, mas se ele vive só do rádio AM, é quase impossível.

Como está a competição com outras FMs já consolidadas na sua região?

Londrina é um caso à parte, acredito que seja o único no Brasil, não existe outra história desse tipo. A Rádio Paiquerê AM tem 63 anos de existência e existia outro sócio, junto com o JB Faria, diretor da antiga Paiquerê AM (Atual 91,7). Eles tinham a Paiquerê FM 98,9 e a AM. Há 18 anos houve a separação dessa sociedade, mas se manteve o nome da outra FM como Paiquerê. Na migração, como o nome era da Paiquerê AM, nós continuamos com ele. Agora como Paiquerê 91,7 e a razão social Rádio Paiquerê Ltda. Então agora existem duas FMs com o mesmo nome e com administrações diferentes. Só que em relação à nossa competição na verdade, entre as 20 emissoras existentes de rádio AM e FM, segundo as pesquisas do Ibope e locais, a Paiquerê já vinha entre o segundo e terceiro lugar. Tinha a Alvorada, rádio católica, que também migrou, que no AM era quinto lugar. Então a gente tinha duas emissoras AM entre as cinco primeiras colocadas no geral. Já somos muito consolidados, e com o FM a audiência aumentou em torno de 20%. Hoje somos segundo lugar consolidado, em alguns horários, primeiro lugar.

Como está a programação da sua rádio? Houve mudanças após a migração? De que tipo?

Como a Paiquerê tem programas de 40, 50 anos com o mesmo nome, fizemos poucas alterações. Apenas no período da tarde que nós colocamos um musical, pois a audiência a tarde era menor. E alteramos entre 13 e 17h, com um programa com notícias e música de estilo adulto-contemporâneo. O resto da programação é exatamente igual a da época da AM, não alteramos em nada não (*exceto mudança na madrugada, mais detalhada na pergunta da reação da audiência*).

A sua equipe teve dificuldade em mudar o discurso, a abordagem com os ouvintes, de acordo com a mudança de perfil? Teve algum fato que marcou essa etapa?

Como na nossa equipe tem locutores com 50 anos de profissão, bem antigos, outros com 20, 25 de profissão, nós tivemos um pouco de dificuldade para adaptar o discurso ao novo público que queríamos angariar, um pouco mais jovem. Mas isso foi rapidamente, como eles têm experiência e são muito antenados, ligados com tudo o que ta acontecendo na cidade de Londrina, porque nossa rádio é jornalismo, esportes, prestação de serviços, coisas atuais, eles não ficaram muito engessado. A mudança foi natural e rápida, tanto que nem ouvintes antigos nem novos reclamaram, nem ficamos sabendo, a grande maioria gostou da nova programação, da nova linguagem, foi bem tranquilo.

Houve preparação da sua equipe para encarar um público novo?

Arrumamos um novo programador musical, chamado Bruno Cardeal (o mesmo locutor do programa da tarde), com músicas nacionais e internacionais. Ele mesmo que foi treinando a nossa equipe com algumas maneiras de falar, dicas. Claro que alguns aceitaram, outros acharam ruim. Isso foi natural e nem teve tanta percepção do ouvinte, a grande maioria gostou. Em um mês, com reuniões, acertamos tudo e em pouco tempo tudo já estava se encaixando certinho, não houve problema nenhum.

Você teve que fazer alguma adaptação na equipe (demissões, contratações)?

Não fizemos demissões. Apenas um locutor esportivo saiu para trabalhar em uma prefeitura de outra cidade. Como já disse, fizemos apenas uma contratação para esse novo musical da tarde.

Audiência respondeu a contento? Houve reclamações (ou elogios) devido à mudança da programação?

Lembro apenas de poucas reclamações, todas concentradas num mesmo horário. Das 4 às 5h30 da manhã nós tínhamos um programa de sertanejo bem raiz. Com a mudança, nós retiramos e houve surpreendentemente reclamações em relação a essa retirada. Mas aí como é um horário que não tem grande audiência, nós retornamos. De resto não teve reclamação nenhuma, até dos programas da tarde nós tivemos pouquíssimas reclamações.

Você acredita que a mudança afetou a identidade da rádio com o seu público?

Não acreditamos na mudança da identidade de forma nenhuma, pois a rádio continua com seu jornalismo e esporte atuante. Somos a única rádio que transmitiu todos os jogos do Londrina Esporte Clube desde a sua fundação e continuamos fazendo. Nossa mudança foi só naquele horário da tarde e segundo as pesquisas foi aí que conseguimos os 20% de aumento na audiência, juntamente com os jornalísticos da manhã, que também estão com a audiência elevada, agora com um público mais jovem que acreditamos que conquistamos. Nos mais antigos, a gente percebe pelas mensagens via whatsapp que são as mesmas pessoas que já nos ouviam em AM.

Como está a audiência da emissora em relação ao que era? Já é possível mensurar?

Como a migração foi em janeiro de 2019, de lá pra cá já tiveram três pesquisas em 2019 e uma esse ano. Nós já vínhamos em terceiro em vários horários em segundo, e subimos um degrau. Conseguimos segundo lugar e em alguns horários em primeiro lugar na programação, entre 6 e 19h, no aumento de 20%.

APÊNDICE I

Reposta de email encaminhado pelo Sr. Cleberson Francisco, gerente administrativo da Rádio Cultura Norte Paranaense, em 16 de junho de 2020. A emissora migrou do AM para o FM em dezembro de 2017, após 51 anos de transmissões no AM.

Como aconteceu o seu processo de migração (em relação a planejamento, ações, prazos)?

Nossa migração durou em torno de 3 anos e foi satisfatória.

Quais foram os custos para fazer a migração? (licença, equipamentos, etc.)?

Em torno de 250.000,00

Em quanto tempo você acha que consegue recuperar este investimento?

Acredito que em 5 anos

A migração para FM foi a melhor solução econômica para a sua empresa? Você encara como uma necessidade da empresa ou uma imposição do mercado e/ou do governo?

Sim! Uma necessidade da empresa.

Qual a percepção que você tem dos empresários que ainda estão no AM em relação à programação, ao mercado, etc.?

Sinto que estão tendo mais dificuldades no atual mercado.

Como está a competição com outras FMs já consolidadas na sua região?

Estamos conseguindo brigar de igual para igual

Como está a programação da sua rádio? Houve mudanças após a migração? De que tipo?

Sim! De uma programação mais variada para programação mais voltada para a religião católica.

A sua equipe teve dificuldade em mudar o discurso, a abordagem com os ouvintes, de acordo com a mudança de perfil?

Sim!

Teve algum fato que marcou essa etapa?

O Período de testes em FM

Houve preparação da sua equipe para encarar um público novo?

Sim!

Você teve que fazer alguma adaptação na equipe (demissões, contratações)?

Sim. Contratações

Audiência respondeu a contento? Houve reclamações (ou elogios) devido à mudança da programação?

Sim! Houve reclamações, porém também elogios.

Você acredita que a mudança afetou a identidade da rádio com o seu público?

Sim!

Como está a audiência da emissora em relação ao que era? Já é possível mensurar?

Sim! Estamos brigando pelo primeiro lugar com as mais tradicionais, devido a melhora no sinal e a programação.

APÊNDICE J

Resposta de email encaminhado pelo Padre Carlos Alberto de Figueiredo, Diretor Presidente da Fundação Santa Clara de Assis, mantenedora da Rádio Inconfidência de Umuarama, em 16 de junho de 2020. Emissora migrou para o FM em janeiro de 2020, após 40 anos de transmissões no AM.

Como aconteceu o seu processo de migração (em relação a planejamento, ações, prazos)?

Primeiramente tomamos ciência de como seria o processo de migração do MCTIC. Depois sentamos para planejar como poderíamos fazer. Em seguida fomos seguindo o processo estabelecido pelo Ministério do governo. Foram muitas documentações que enviamos ao governo, pagamento da migração, assinatura dos documentos em Brasília etc. Cumprimos todos os prazos estabelecidos pelo governo e chegamos a entrar no ar como FM.

(De acordo com vídeo institucional, o planejamento começou em 2013)

Quais foram os custos para fazer a migração? (licença, equipamentos, etc.)?

Pagamos 110 mil reais pela migração ao governo para podermos operar em FM. Os equipamentos foram a torre de 100 metros num terreno alugado, depois a torre do link no estúdio, processador, as antenas e acessórios, o abrigo do transmissor, o próprio transmissor, a prestação de serviços de pedreiro, eletricitas e outros equipamentos, chegando tudo, mais ou menos a 450 mil reais...

Em quanto tempo você acha que consegue recuperar este investimento?

Achamos que vai demorar muito porque nossa praça de comercio é pouca para 6 rádios FM, 1 AM, TVs, Sites etc... A rádio não recuperará isso em menos de 10 anos.

A migração para FM foi a melhor solução econômica para a sua empresa? Você encara como uma necessidade da empresa ou uma imposição do mercado e/ou do governo?

As duas coisas. Foi uma solução econômica importante para quem enfrentava a derrocada crescente da AM. Nosso mídia-kit cresceu. Por outro lado, o governo impôs a migração para FM, enquanto deveria ter passado tudo para digital, sem passar por FM. Neste sentido, foi uma lástima.

Qual a percepção que você tem dos empresários que ainda estão no AM em relação à programação, ao mercado, etc.?

Acredito que estão em situação bem difícil dada a qualidade horrível do AM. O governo simplesmente abandonou as correções e o monitoramento das interferências. Elas só crescem e o AM sofre muito com isso. Uma possível sobrevivência do AM no mercado, a meu ver, diz respeito a uma programação muito próxima do povo com super-locutores extremamente populares e com um carisma insubstituível. O que é muito difícil atualmente.

Como está a competição com outras FMs já consolidadas na sua região?

Temos uma característica bem diferentes das outras rádios da cidade porque somos uma fundação que pertence à Igreja Católica, numa sociedade com índice elevado de católicos. Então temos uma audiência muito boa. Mesmo assim, nossa competição com as outros nos faz buscar sempre fazer uma rádio cultural com uma experiência de rádio que emociona, conscientiza, informa e contribui com a expressão das próprias opiniões. Nosso carisma e credibilidade nos ajuda muito, apesar de nossa rádio não se definir pela busca do lucro.

Como está a programação da sua rádio? Houve mudanças após a migração? De que tipo?

Houve pouca mudança na programação porque entendemos que temos uma boa audiência e fazer muita mudança poderia perder nosso ouvinte ou ele não se reconhecer nelas. Tudo está indo devagar, mas algumas mudanças fizemos para melhorar. Mudamos alguns programas, começamos a olhar mais para os jovens, apesar de nossa audiência ter majoritariamente adulto/idoso. Também os locutores foram orientados para uma linguagem que melhor se adeque à FM. Porém, entendemos que rádio hoje, principalmente FM, não tem um padrão, mas se pode fazer a experiência que mais agrade a sua missão, objetivos e as esperanças dos ouvintes.

A sua equipe teve dificuldade em mudar o discurso, a abordagem com os ouvintes, de acordo com a mudança de perfil?

Teve sim. Acredito que é uma das nossas maiores dificuldades. Apesar das orientações, o jeito de fazer radio AM ainda está arraigado na vida de muitos locutores. Apesar desta dificuldade, nossos ouvintes permaneceram e estamos buscando novos.

Teve algum fato que marcou essa etapa?

No início os locutores confundiam com AM e falavam ao vivo, mas depois se corrigiam. Problemas tivemos muito com equipamentos e prestação de serviços.

Houve preparação da sua equipe para encarar um público novo?

Na verdade, nosso público não foi novo. Nossa audiência foi bem orientada a está conosco. Mesmo assim, tivemos várias orientações a todos os funcionários sobre a nova realidade.

Você teve que fazer alguma adaptação na equipe (demissões, contratações)?

Sim. Houve demissões e mudanças de atividades profissionais para a adaptação à nova realidade de FM, que exigia um time menor. Mas também, a situação econômica ajudou a empurrar para esta situação.

Audiência respondeu a contento? Houve reclamações (ou elogios) devido à mudança da programação?

Houve muitos elogios com o áudio muito melhor de ser ouvido e reclamações quanto a algumas mudanças dos profissionais e mesmo na programação.

Você acredita que a mudança afetou a identidade da rádio com o seu público?

Na verdade, acredito que não perdemos nossa identidade. Por isso, nosso público ouvinte nos acompanha.

Como está a audiência da emissora em relação ao que era? Já é possível mensurar?

Não conseguimos mensurar em pesquisa de audiência oficial e paga. Mas conseguimos o segundo lugar na mensuração de audiência na internet marcada pelo site radios.com.br. Mas nossa audiência está cada vez melhor.

APÊNDICE K

Resposta de email encaminhado pela Sra. Valdirene Rosa, secretária da Rádio Educadora de Jacarezinho, em 22 de junho de 2020. A emissora passou a transmitir em FM em agosto de 2017.

Como aconteceu o seu processo de migração (em relação a planejamento, ações, prazos)?

Fizemos reuniões, foi uma ação muito rápida de planejamento, máximo 30 dias

Quais foram os custos para fazer a migração? (licença, equipamentos, etc.)?

Total de R\$ 70.000,00

Em quanto tempo você acha que consegue recuperar este investimento?

De 1 a 2 anos

A migração para FM foi a melhor solução econômica para a sua empresa? Você encara como uma necessidade da empresa ou uma imposição do mercado e/ou do governo?

Sim, uma imposição, mas também uma necessidade, por temos que acompanhar as mudanças

Qual a percepção que você tem dos empresários que ainda estão no AM em relação à programação, ao mercado, etc.?

Muitos ainda estão com dificuldades, mas com muita vontade migrar

Como está a competição com outras FMs já consolidadas na sua região?

“Competição” Tem mercado para todos

Como está a programação da sua rádio? Houve mudanças após a migração? De que tipo?

Está cada dia melhor. Musical, produção, locução tudo mudou, tivemos que nos adequar a linguagem do FM

A sua equipe teve dificuldade em mudar o discurso, a abordagem com os ouvintes, de acordo com a mudança de perfil?

Toda mudança tem suas dificuldades para adaptação

Teve algum fato que marcou essa etapa?

O Alcance Regional

Houve preparação da sua equipe para encarar um público novo?

Sim

Você teve que fazer alguma adaptação na equipe (demissões, contratações)?

Somente adaptações!

Audiência respondeu a contento? Houve reclamações (ou elogios) devido à mudança da programação?

Sim, Algumas crítica, mas....muito mais elogios

Você acredita que a mudança afetou a identidade da rádio com o seu público?

Ficou mais forte, melhorou muito, a imagem da Rádio em relação ao público

Como está a audiência da emissora em relação ao que era? Já é possível mensurar?

Nossa Audiência dobrou, sentimos isso quando fazemos sorteios de brindes, ligações, recebemos opinião.